

# **MTK:N MAATILAOPASTOIMINTA MUSTIALASSA**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Mustiala, maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma

kevät, 2020

Salla Niemi

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma  
Mustiala

---

<b>Tekijä</b>	Salla Niemi	<b>Vuosi</b> 2020
<b>Työn nimi</b>	MTK:n maatalaopastointi Mustialassa	
<b>Työn ohjaaja/t</b>	Harri Luukko, Eero Jaakkola	

---

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyöni aiheena on MTK:n maatalaopastointi Mustialassa. Taroituksena on selvittää, onko toimeksiantajan MTK:n eli maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton maatalaopastoulukselle kiinnostusta HAMK:n Mustialan kampuksella sekä antaa MTK:lle palautetta ja parannusehdotuksia maatalaopastouluksen kehittämiseen. Osana opinnäytetyötä Mustialan kampuksen vapaaehtoisia opiskelijoita koulutettiin maatalaoppaiksi ja he kävivät Kanta-Hämeessä pitämässä peruskoululuokille pareittain opituntia maataloudesta. Myös MTK:n liitoissa koulutetuilta maatalaoppailta kerättiin palautetta koulutuksesta ja toiminnasta. Näiden palautteiden ja havaintojen perusteella on tehty johtopäätöksiä ja ehdotuksia, jotta toiminta voisi palvella sekä maatalaoppaita että maatalaoppaita vastaanottavia kouluja paremmin.

Kerättyjen palautteiden mukaan maatalaopastoinnille on kysyntää ja sitä pidetään erittäin tarpeellisena. Mustialassa koulutettujen vapaaehtoisten opiskelijoiden mielipide oli, että koulutusta olisi jossain muodossa hyvä järjestää Mustialassa. Yleinen näkemys kaikkien kyselyihin vastanneiden kesken oli, että kuluttajatyötä pitäisi tehdä enemmän ja faktatietoa maataloudesta tulisi viedä niin lapsille kuin aikuisillekin.

**Avainsanat** maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto, maatalaopas, kuluttajatyö, maatalous, opetus

**Sivut** 45 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Degree Programme in Agricultural and Rural Industries  
Mustiala

---

<b>Author</b>	Salla Niemi	<b>Year</b> 2020
<b>Subject</b>	MTK (The Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners) farm guides training in Mustiala	
<b>Supervisors</b>	Harri Luukko, Eero Jaakkola	

---

ABSTRACT

The aim of this thesis was to study whether the commissioner MTK, The Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners, is interested in farm guide training on HAMK Mustiala campus. In addition, the purpose is to provide MTK with feedback and suggestions to improve and develop the farm guide action. As a part of the thesis, volunteer students on the Mustiala campus were trained as farm guides and they visited schools in Kanta-Häme to teach a couple of lessons about agriculture to primary school classes. Feedback on training and experiences of the action were also collected from farm guides trained in MTK unions earlier. Based on this feedback and observations, management decisions and suggestions have been made to serve better both farm guides and schools who receive farm guides.

According to the feedback collected, there is a demand for farm guide activities and consumer work and it is considered very necessary. The opinion of the volunteer students trained in Mustiala was that it would be good to organize the training in Mustiala in some form. The general view among all respondents was that more consumer work should be done and information about agriculture should be taken to both children and adults.

<b>Keywords</b>	The Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners, farming, farm guide, education, consumer work
<b>Pages</b>	45 pages including appendices 1 page

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	MAASEUDUN MURROS .....	2
2.1	Maatalous lukuina nyt ja ennen.....	2
2.2	Taajama-aste .....	4
3	MAA- JA METSÄTALOUSTUOTTAJAIN KESKUSLIITTO MTK.....	5
3.1	Toiminta-ajatus .....	6
3.2	Keskusliitto, luottamustoimet ja yhdistykset.....	6
3.3	Edunvalvonta.....	7
3.4	MTK:n koulutuksista.....	7
3.5	MTK:n maataloopaskoulutus .....	8
4	KULUTTAJATYÖ.....	8
5	VAIKUTTAMINEN .....	9
5.1	Propaganda .....	9
5.2	Vaikuttaminen yhteisössä .....	10
5.2.1	Sosiaalinen paine .....	11
5.2.2	Vastavuoroisuus .....	12
5.2.3	Auktoriteetti .....	12
5.2.4	Paremmuus.....	13
5.3	Markkinointi .....	14
5.4	Esiintyminen .....	15
6	MTK:N MAATILAOPPAAT KYSELY .....	18
6.1	Tutkimusmenetelmä ja aineiston analysointi .....	18
6.2	Koulutuksen ja valmiin materiaalin hyödyllisyys toiminnassa.....	21
6.3	Aktiivisuus toiminnassa .....	22
6.4	Vastaanotto kouluilla .....	23
6.5	Omat kokemukset .....	23
6.6	Parannusehdotukset .....	24
6.7	MTK:n kuluttajatyö.....	25
7	MUSTIALAN MAATILAOPASKOULUTUS.....	27
7.1	Tutkimusmenetelmä ja aineiston analysointi .....	28
7.2	Ennakoasenteet.....	28
7.3	Ajatuksia koulutuspäivästä Mustialassa .....	29
7.4	Kouluvierailu.....	31
7.5	Ajatukset koulutuksen päätyttyä .....	32
8	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	32
	LÄHTEET .....	36

Liitteet

Liite 1 KYSELY MTK:N MAATILAOPASKOULUTUKSEN KÄYNEILLE  
MAATILAOPPAILLE

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on MTK:n maatalopastointi Mustialassa. Tarkoituksena on selvittää, onko toimeksiantajan MTK:n eli maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton maatalopastokoulutukselle kiinnostusta HAMK:n Mustialan kampuksella agrologiopiskelijoiden keskuudessa sekä antaa MTK:lle palautetta ja parannusehdotuksia maatalopastokoulutuksen kehittämiseen. MTK:n liitoissa koulutetuilta maatalopastailta kerättiin palautetta koulutuksesta ja toiminnasta. Näiden palautteiden ja havaintojen perusteella on tehty johtopäätöksiä ja ehdotuksia, jotta toiminta voisi palvella sekä maatalopastaita että maatalopastaita vastaanottavia kouluja paremmin.

Idea opinnäytetyön aiheeseen tuli opinnäytetyöntekijän kiinnostuksesta kuluttajatyöhön ja näkemyksestä kuluttajatyön merkityksen kasvamisesta nykypäivänä. Kuluttajatyön merkitys on kasvanut ihmisten vieraannuttua maataloudesta, ja tieto ruoan alkuperästä on vähentynyt, jolloin maatalopastoinnankin merkitys on kasvanut.

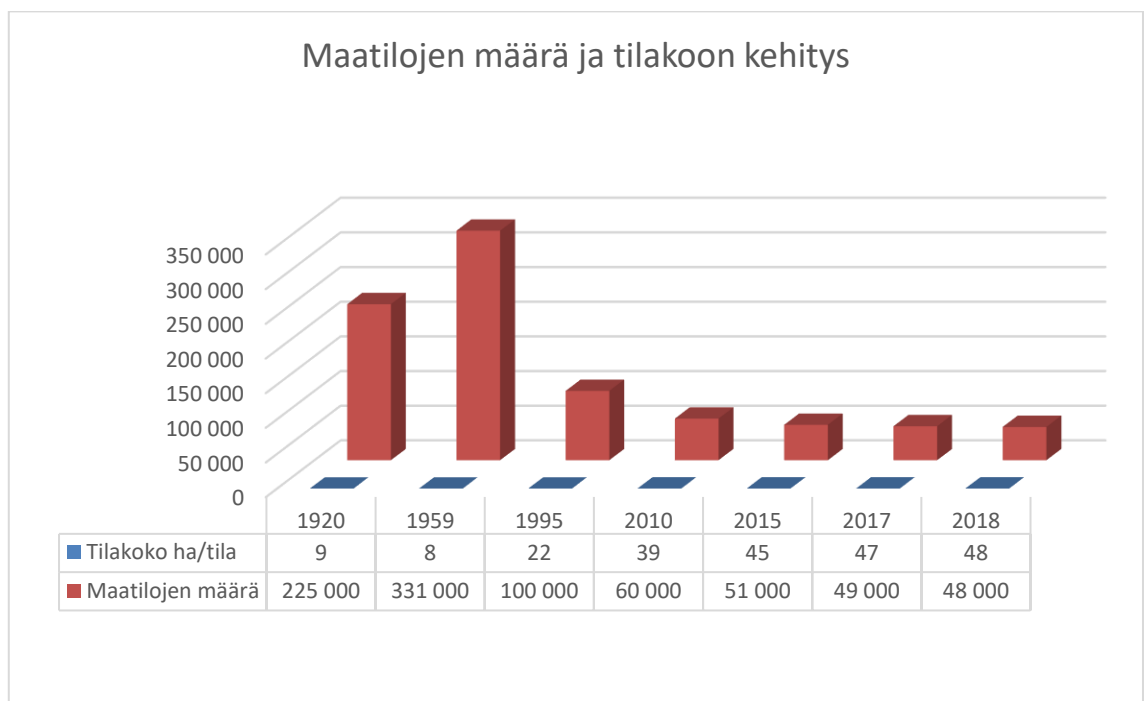
Kotimaisesta maataloudesta pitäisi viedä kouluille enemmän faktoihin perustuvaa tietoa. Suurin osa suomalaisista asuu nykypäivänä taajamissa, jonka myötä maaseutu ja maatalous ovat jääneet kuluttajille vieraaksi. Väestön asumisen keskittyä jo useita vuosikymmeniä taajamiin monilla lapsilla ei ole enää edes mummola maaseudulla. Ruoan alkuperä ja matka ennen kaupan hyllylle päätymistä on monelle vieras eivätkä monet lapset ole koskaan nähneet esimerkiksi lehmää. On tärkeää, että maataloudesta kerrotaan kiihottomasti, kuinka eläimiä tiloilla todellisuudessa hoidetaan ja miten kasveja viljellään. On väärin, jos vain tahot, joilla on vääristynyt tietoa maataloudesta, käyvät pitämässä kouluilla luentoja aiheesta propagandamielessä ja tällaisen tiedon perusteella lapset muodostavat mielipiteensä kotimaisesta ruuantuotannosta.

Opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö – työelämän kehittämistyö, jonka tavoitteena on käytännön toiminnan kehittäminen, ohjeistaminen, järjestäminen sekä tehostaminen. Työssä pyritään antamaan opinnäytetyön toimeksiantajalle kehitysehdotuksia ja toimintatapoja olemassa olevaan toimintaan.

## 2 MAASEUDUN MURROS

### 2.1 Maatalous lukuina nyt ja ennen

Sadan vuoden aikana Suomessa on koettu merkittäviä muutoksia elinkeino- ja aluerakenteessa. Toisen maailmansodan jälkeen Suomi eli edelleen vahvasti maatalousmaana, vaikka maatalouden ammatissa toimivan väestön työllistämisprosentti olikin jo lähtenyt laskuun 1920-luvun 70,1 prosentista. (Tilastokeskus, 1979, s. 133) Pulavuodet 1917-1918 ja 1939-1948 korostivat entisestään oman leivän arvoa ja rintamamiehiä oli kannustettu lupauksilla omasta maasta sodan jälkeen ja myös Karjalasta karkotetuille evakoille ja sotilaille nähtiin oma maatilkkku ainoana sopivana sijoituskeinona, jolloin maassamme eli sotavuosien jälkeen maataloudesta edelleen 1940-luvulla 59,8 % ammatissa toimivasta väestöstä. (Vesikansa, 1999, s. 126; Tilastokeskus, 1979, s. 133) 1950-luvun loppupuolella Suomessa oli 331 000 maatilaa, joiden keskikoko oli vain 8 hehtaaria/tila ahkerasta raivauksesta huolimatta. (Luke, 2016, s. 7)



Kuva 1. Maatilojen määrä ja tilakoon kehitys. (Tilastokeskus, 2019; Luke, 2016)

Suurien muutoksien aika käynnistyi 1960-luvulla, kun teknologia alkoi kehittyä ja rakennemuutos sai aikaan muutospainetta. Maa- ja metsätalouden koneellistumisen myötä tiloilla hevosia ja miestäyövoimaa alettiin korvata traktoreilla ja moottorisahoilla, jolloin työvoiman tarve väheni merkittävästi. Myös karjanhoidossa ja sadonkorjuussa kaivattiin vähemmän käsipareja. (Anttila, Anttonen, Hannikainen, Huokuna, 2010, s. 65; Meinander, 2014, s. 255) Jo pelkästään traktoreiden määrässä tapahtui huomattavaa kasvua kymmenessä vuodessa, kun 1950-luvulla traktoreita oli vain

14 000 kappaletta ja seuraavalla vuosikymmenellä 1960-luvulla traktoreiden määrä oli jo 75 000. (Vesikansa, 1999, s. 126) Kun koneellistumisen myötä pientilalliset menettivät tuloja tilan ulkopuolisten töiden loputtua, eikä omista vähäisistä jo hakatuista metsistä saanut enää tuloja, olivat tilat käytännössä lähes elinkelvottomia. Rakennemuutokseen liittyi myös muutosta ihmisten asenteissa, kaupungit ja teollisuus alkoivat edustaa parempaa tulevaisuutta suuremman palkkatason ja parempien elinolosuhteiden takia, jolloin ihmiset muuttivat kaupunkeihin maalta työn perässä. (Anttila, ym. 2010, s. 65; Meinander, 2014, s. 256) 1960-luvulla pohjoisen pientiloista ja kylien huonosta taloudellisesta tilanteesta tehtiin paljon katsojia saaneita televisiodokumentteja osana laajempaa median ja kulttuurin murrosta. Dokumenttien myötä maaseutu ei vaikuttanut muodikkaalta vaan näyttäytyi kehityskulun vastakohtana varsinkin nuorison silmissä. (Anttila ym., 2010, s.65)

Elinkelpoiset maatilat alkoivat kasvattaa koko ajan kokoaan ja elinkelvottomien pientilojen peltotiloja laitettiin pakettiin eli jätettiin metsittymään. Muutto oli suurimmillaan 1970-luvulla, kun väestö siirtyi voimakkaasti lähiöihin, jättäen taakseen autioituvan maaseudun kylät, joiden palveluiden, kuten koulujen, kauppojen ja postien ovia suljettiin yksi toisensa jälkeen. (Vartiainen, 1999, s. 120) 70-luvulla enää vain 20,2 % ammatissa toimivasta väestöstä työllistyi maataloudesta. (Tilastokeskus, 1979, s. 133)

Suomessa maataloutta harjoitettiin vuonna 2018 47 633 tilalla, näistä tiloista 12 819 oli kotieläintilaa ja 32 919 kasvinviljelytilaa, lisäksi sekamuu- toista tuotantoa harjoitti 1 895 tilaa. (Tilastokeskus, 2019) Vuonna 2019 maatalous- ja puutarhayrityksiä Suomessa oli 46 717 tilaa, keskimääräinen tilakoko oli 49 hehtaaria ja viljelijöiden keski-ikä oli 53 vuotta. (Luke, 2020) Lypsylehmien määrä on romahtanut sadassa vuodessa merkittävästi, vuonna 1917 lypsylehmiä oli yli miljoona (1 075 749) ja 2019 vuonna niitä on enää vain neljäsosa eli 258 940. (Suomen virallinen tilasto, 1920; Luke, 2020) Väestön asumisen keskittyttyä taajamiin ja lypsylehmien huomattavan vähenemisen myötä ei ole ihmeäkään, että monikaan lapsi ja aikuinenkaan ei ole eläessään nähnyt maalaismaisemassa lehmää.

Taulukko 1. Maatalous- ja puutarhayrityksien tuotantotoiminta vuosina 2010 ja 2018. (Tilastokeskus, 2019)

<i><b>Tuotantotoiminta</b></i>	<b>2010</b>	<b>2018</b>	<b>2018</b>
			<b>Viljelijöiden keski-ikä, vuotta</b>
<i>Kasvintuotanto</i>	37 086	32 919	
<i>Viljanviljely</i>	20 927	15 197	53
<i>Muu kasvinviljely</i>	13 092	15 533	55
<i>Kasvihuonetuotanto</i>	1 371	787	53
<i>Avomaantuotanto</i>	1 696	1 402	54
<i>Kotieläintuotanto</i>	19 829	12 819	

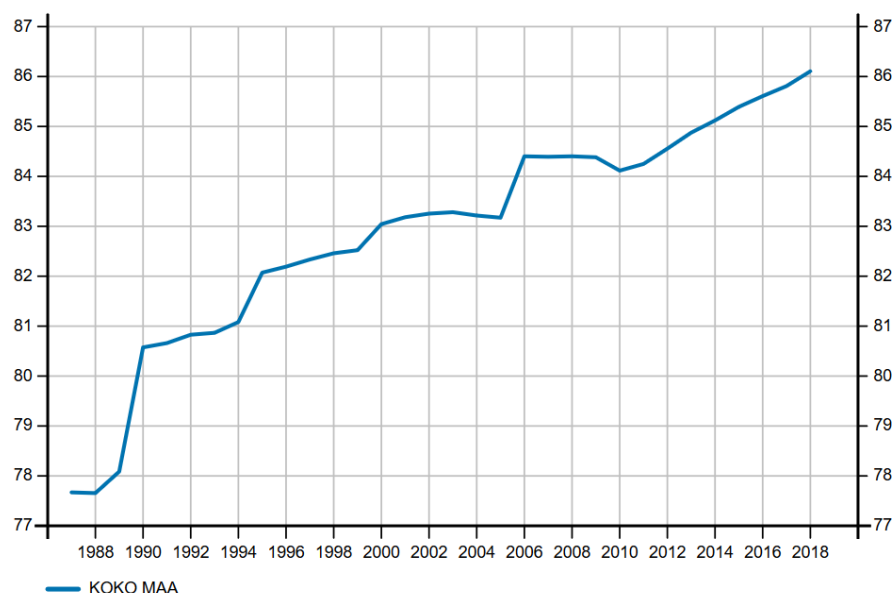


<i>Lypsykarjatalous</i>	10 205	6 263	49
<i>Naudanlihan tuotanto</i>	3 080	2 868	49
<i>Muu nautakarjatalous</i>	1 270	516	50
<i>Sikatalous</i>	1 355	577	48
<i>Siipikarjatalous</i>	375	435	48
<i>Lammas-, vuohi- ja hevostalous</i>	3 544	2 160	51
<i>sekä muu laidunkarja</i>			
<i>Sekamuotoinen tuotanto</i>	2 568	1 895	50
<b>Yhteensä</b>	<b>59 483</b>	<b>47 633</b>	<b>53</b>
<i>Käytössä oleva maatalousmaa, ha/tila</i>	39	48	

## 2.2 Taajama-aste

1980-luvun lopulla taajama-aste oli jo lähes 78 %, jolloin haja-asutusalueilla ja kaava-alueiden ulkopuolella asui enää vain 22 % koko väestöstä. Taajama-asteella tarkoitetaan taajamissa asuvien osuutta kunnassa siitä väestöstä, jonka asuinpaikka on koordinaatein mahdollista määrittää. Taajama on yhtenäinen, tiiviisti rakennettu ja asuttu alue, joka tarkoittaa vähintään 200 asukkaan rakennusryhmää, missä rakennusten välinen etäisyys on maksimissaan 200 metriä. (Tilastokeskus, 2019)

**Taajama-aste 1987-2019**



Tilastokeskus

Kuva 2. Taajama-aste 1987-2019. (Tilastokeskus, 2019)

Taajama-asteen kasvu ei ole pysähtynyt, vaan muuttoliike haja-asutusalueilta taajamiin on edelleen aktiivista. 2010-luvun aikana taajama-aste on kasvanut kahdella prosenttiyksiköllä, ollen 2018 vuonna 86,1 %. Näin ollen

neljä viidestä suomalaisesta asuu taajamissa. Suomessa olevien taajamien yhteenlaskettu pinta-ala ei kuitenkaan ole suuri, taajamien käsittämä ala on vain alle kaksi prosenttia koko maan pinta-alasta. (Tilastokeskus, 2019)

Väestö taaja- missa	Väestö haja- asutus- alueella	Väestö muilla alueilla	Taa- jama- aste, %
4 690 839	756 809	70 271	86,1

Kuva 3. Taajama-aste Suomessa koko maan osalta vuonna 2018 (Tilastokeskus, 2018)

Muuttoliikettä pienistä taajamista pois on myös suomalaisten kaupungistumisen myötä ja taajamien määrä on vähentynyt merkittävästi viimeisen 50 vuoden aikana. Taajamat vähenevät väen muuttaessa suurempiin kasvukeskuksiin ja taajamia sulautetaan kaupunkeihin. Taajamatilastot kertovat väestön asumisen keskittymisestä asutustihentymiin ja suurempiin kaupunkeihin, jolloin myös asutus taajamissa harvenee ja kaupungit kasvavat. (Saarinen, 2011) Väestön keskittyttyä metropoleihin on ennustettu, että talouskasvun jatkuessa Suomen asutus alkaa muistuttaa 1500-lukua, jolloin tiheiden asutuskusten välissä kaikkialla oli erämaita. Maaseutu ei vielä ole täysin tyhjentynyt, mutta sen väestö on vanhentunutta. Kasvu keskittyy harvoin keskuksiin, useimmiten pääkaupunkiseudulle, Turkuun, Tampereelle ja Ouluun. Yliopistoilla on suuri vaikutus kaupunkien houkuttavuuteen ja kasvun kehitykseen. Monien nuorien suhde maaseutuun on hyvin etäinen. (Vesikansa, 1999, s. 131)

### 3 MAA- JA METSÄTALOUSTUOTTAJAIN KESKUSLIITTO MTK

Maataloustuottajain Keskusliitto MTK on perustettu maanviljelijöiden suuressa helluntaikokouksessa 28.–29.5.1917 Helsingissä. Vuonna 1992 nimi muutettiin Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitoksi, koska metsäasioiden merkitystä järjestössä haluttiin korostaa. Tuottajajärjestön tehtävä sääntöjen mukaan oli "valvoa maataloustuottajain etuja yhteiskuntataloudellisella ja kunnallisella alalla, sovittaa maataloudessa sattuvia työriitoja sekä edistää sellaisten parannusten aikaansaamista maataloustyöväen oloihin, että se tuntee elinehtonsa turvatuksi ja viihtyy ammatissaan". (MTK, MTK-historia, n.d.) MTK on maanviljelijöiden, metsänomistajien ja maaseutuyrittäjien ammatti- ja etujärjestö. MTK:n jäsenien ammatit ja elinkeinot perustuvat uusiutuviin luonnonvaroihin sekä niiden kestävään ja taloudelliseen hyödyntämiseen. Jäsenten ja järjestön tavoitteena on yhdessä taata maaseutuelinkeinojen kannattavuus ja arvostus. MTK pyrkii vahvasti ja yhtenäisesti olemaan merkittävä markkina- ja yhteiskuntavaikeuttaja. (MTK, n.d.)

MTK:lla on 14 liittoa, 323 yhdistystä sekä 62 metsänhoitoyhdistystä, joissa kaikissa on alueellista toimintaa ja vaikuttamista. Vuonna 2019 MTK:n yhdistyksiin kuului 114 115 jäsentä ja jäsentiloja oli 42 696. Metsänhoitoyhdistysten jäsenmäärä oli 201 891. MTK:n kokonaisjäsenmäärä on noin 316 000. MTK:n jäseniin lukeutuu myös Suomen Turkiseläinten Kasvattajain Liitto ry, ProAgria Keskusten Liitto, Suomen Yhteismetsät ry, Suomen Hippos ry sekä ruotsinkielisillä alueilla toimii sisarjärjestö SLC, Svenska lantbruksproducenternas centralförbund, jonka tuottajajäsenten määrä noin 10 600 ja metsänomistajajäsenten 19 000. (MTK, n.d.)

### 3.1 Toiminta-ajatus

MTK:n tavoitteena on vaikuttaa jäsentensä ansioihin, asemaan ja arvostukseen. Etujärjestönä MTK pyrkii edistämään jäsentensä taloudellista ja sosiaalista hyvinvointia sekä maaseutuvarallisuuden kestäväää ja taloudellista käyttöä ja hoitoa. MTK:n päämäärä ja tavoite kiteytyy kahteen sanaan: Menestystä maalle. (MTK, toiminta-ajatus, n.d.)

### 3.2 Keskusliitto, luottamustoimet ja yhdistykset

MTK toimii maa- ja metsätalouden sekä maaseutuyrittäjyyden asiantuntijana ja edunvalvojana niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin. Merkittäv in kansainvälinen toiminto on Euroopan unionin toimieliimiin vaikuttaminen. Keskusliiton päätavoite on yhteiskuntapoliittinen vaikuttaminen ja edunvalvonta, jäsenpalveluiden kehittäminen sekä markkinavaikuttaminen. Edunvalvontaa tehdään maatalous- ja metsäasioissa, yrittäjyyden saralla, vero-, rahoitus- ja lakiasioissa, ympäristö- ja maapolitiikassa sekä sosiaalipolitiikassa. Markkinavaikuttamisen saralla pyritään vaikuttamaan vi ranomaisiin, jalostusteollisuuteen, kauppaan sekä kuluttajiin.

Keskusliitto tuottaa jäsenpalveluitaan yksittäisille jäsenilleen, yhdistyksille ja liitoille. Keskusliitolla on toimisto Helsingin keskustassa Maalaistentalossa sekä Brysselissä. Keskusliiton lainmukaisena hallituksena ja MTK:n toimeenpanevana elimenä toimii MTK:n johtokunta. Johtokunta toimii kolme vuotta kerralla valtuuskunnan valitsemana. Johtokunnan yhdeksän jäsentä pyritään valitsemaan ympäri Suomen ja niin, että kaikki tuotanto-suunnat olisivat johtokunnassa edustettuna.

MTK:ssa ylin päätösvalta on valtuuskunnalla, johon kuuluu 55 MTK-liittojen valitsemaa edustajaa ja 20 edustajaa metsänhoitoyhdistyksistä, yhteisöjäseniä, joita voi olla viisi sekä 10 asiantuntijajäsentä. Valtuuskunnalla on vähintään kaksi kokoontumista vuodessa, kevät- ja syyskokous, jolloin valtuuskunta päättää järjestön toimintasuunnitelman, talousarvion sekä valitsevat jäsenet MTK:n johtokuntaan, johtokunnan puheenjohtajat sekä jäsenet järjestön valtakunnallisiin valio- ja toimikuntiin.

MTK:lla on yhdeksän valiokuntaa ja kolmetoista verkostoa, valiokuntien ja verkostojen tarkoituksena on toimia omien tuotantoalojensa asiantuntijoina ja valvoa tuottajien etuja, selvittää aloihinsa liittyviä kysymyksiä, antaa lausuntoja sekä tehdä esityksiä johtokunnalle. Valiokunnat toimivat aktiivisesti oman tuotantoalansa kentällä, osallistuvat neuvotteluihin sekä ovat yhteyksissä alan muiden toimijoiden ja yhteistyötahojen kanssa sekä ovat valvotuneita tuotannon markkinatilanteesta ja siihen vaikuttavista asioista. (MTK, MTK-ryhmä, n.d.)

Valiokunnat ovat: Elinkeinopolitiikka ja yrittäjyys, erikoiskasvit, jäsenpalvelut, liha, maito, nuoret, osaaminen ja hyvinvointi, peltokasvit sekä ympäristö ja maankäyttö. Verkostoja ovat: kananmuna, kylvösiemen, lammas, luomu, mallas, nauta, peruna, puutarha, siipikarja, sika, sokerijuurikas, tärkkelysperuna sekä öljy- ja valkuaiskasvit. (MTK, MTK-ryhmä, n.d.)

MTK:n yhdistyksissä ja liitoissa sekä metsänhoitoyhdistyksissä hoidetaan jäsenten alueellinen edunvalvonta sekä yhteydenpito alueellisten ja maakunnallisten päätöksentekijöiden, viranomaisten ja sidosryhmien kanssa. Yhdistysten toiminta ja edunvalvonta on vapaaehtoista kuntatasolla ja kunnan alueella. Yhdistykset myös vaikuttavat liittojen toimintaan sekä tekevät liitoille aloitteita. (MTK, MTK-ryhmä, n.d.)

### 3.3 Edunvalvonta

MTK:n ja metsänhoitoyhdistyksen jäsenten etuja valvotaan paikallisesti, alueellisesti, valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Jäsenellä on mahdollisuus vaikuttaa päätöksentekoon sekä hänellä on asiantuntijoiden apu käytettävissä oman elinkeinonsa harjoittamisessa. Yhdistykset valvovat jäsenten etuja kunta- ja paikallistasolla, kuten maankäyttö- ja kaavoitusasioissa sekä suojelu- ja rakentamisasioissa. Liitto valvoo ja vaikuttaa maakuntatasolla, esimerkiksi maakunnan kehittämiseen, maakuntakaavoitukseen sekä ympäristöluvista ja suojeluohjelmista päätettäessä. Liitto on aktiivisesti tekemisissä ELY-keskuksen (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus), AVI:n (aluehallintovirasto), maakuntaliiton ja metsäkeskuksen kanssa. Keskusliitto valvoo jäsentensä etuja valtakunnan alueen lisäksi myös EU-tasolla ja globaalisti. Edunvalvontaa tehdään maatalous-, metsä-, yrittäjyys- ja maaseutupolitiikassa sekä vero-, sosiaaliturva- ja eläkeasioissa. Myös jäsenten oikeusturvasta huolehtiminen on tärkeä osa edunvalvontaa. (MTK, edunvalvonta, n.d.)

### 3.4 MTK:n koulutuksista

MTK:n järjestökoulutuksissa on mahdollisuus osallistua koulutuksiin monipuolisesta koulutustarjonnasta sekä kasvattaa osaamistaan järjestön toimijan eri rooleissa. Koulutuksia järjestetään maakunnissa ympäri Suomen, lähellä jäseniä sekä Helsingissä lähellä tärkeitä valtakunnan vaikuttajatahoja. Kursseilla perehdytään MTK:n perustehtävään ja järjestön

toimintaan, jolloin jäsenet pääsevät tutustumaan MTK:n edunvalvonnan kanaviin, ja saavat välineitä omassa toiminnassa vaikuttamiseen sekä ajan-kohtaisen katsauksen maa- ja metsätalouden- sekä maaseutupolitiikan asioihin. Huhtikuun koulutustarjonnassa oli ennen koronan aiheuttamia peruutuksia tarjolla mm. ympäristö- ja yrittäjyyskoulutusta sekä maaseutu-yrittäjä työnantajana -koulutus. (MTK, koulutus, n.d.)

### 3.5 MTK:n maatalaopaskoulutus

MTK:n eli maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton maatalaoppailla on jo vuosien kokemus yhteistyöstä oppilaitosten kanssa. MTK on aloittanut vuonna 2015 maatalaoppaiden koulutuksen, koulutuksia on järjestetty 18 kertaa ympäri Suomen ja koulutuksessa käyneitä maatalaoppaita on 205 henkilöä. (Alasuutari, 2019) Maatalaoppaat ovat maatalousyrittäjiä tai maatalousalan opiskelijoita, jolloin he ovat parhaita asiantuntijoita kerto-maan maataloudesta. Maatalaoppaiden tavoitteena on edistää maatalou- den tuntemusta tarjoten eri ikäisille koululaisille opetuksen tueksi oppitun- tia kotimaisen kotieläintuotannon periaatteista ja käytännöistä maataloilla. Tarkoituksena on selvittää koululaisille mistä ruoka tulee kauppoihin anta- malla todenmukainen kuva nykypäivän ruuantuotannosta. Koululaisille py- ritään kertomaan maataloudesta myönteisellä tavalla sekä samalla myös innostamaan nuoria maatalousalasta. Maatalaoppailla on käytössä laaja ai- neisto opetuksen tueksi ja oppitunti materiaaleineen on kouluille maksu- ton. Maatalaoppaita voi tilata kouluille MTK:n liittojen kautta sekä maatala- oppaat voivat myös omalla aktiivisuudellaan luoda kontakteja esimerkiksi oman asuinkuntansa kouluihin ja tätä kautta päästä pitämään oppituntia maataloudesta koululle. Maatalaoppaat ja asiasta kiinnostuneet maata- lousyrittäjät voivat halutessaan myös kutsua koululaisia maatilalle tutustu- maan maatalaan ja sen toimintaan. (MTK, maatalaoppaat, n.d.)

## 4 KULUTTAJATYÖ

Kuluttajien ja heidän erikoistuvien tarpeidensa ja odotustensa ymmärtä- misellä on merkittävä rooli maaseudun elinkeinojen tulevaisuuden menes- tymisen kannalta. Kuluttajat vaikuttavat ostopäätöksillään ja kulutustottu- muksillaan maaseudun elinkeinojen ja tuotantoketjujen tulevaisuuteen. Maaseudun ruoantuottajien ja palveluntarjoajien tulevaisuuden elinehto on toimia niin, että suomalaiset kuluttajat luottavat maaseudun elinkeino- jen toimintaan ja he käyttävät kotimaisia palveluita ja tuotteita. Luotta- musta kuluttajan ja tuottajan välillä pyritään vahvistamaan läpinäkyvillä tuotantoketjuilla ja kumpaankin suuntaan toimivalla kommunikoinnilla. Jotta tuottajat ja palveluiden tarjoajat kykenevät vastaamaan markkinoi- den haasteisiin, on elinkeinojen harjoittajien saatava tietoa kuluttajien toi- veista ja ostokäyttäytymisestä. Myös kuluttajien kasvaneeseen tiedon- janoon on vastattava ja kuluttajille on kerrottava heitä kiinnostavista ja

mietityttävistä asioista. Kuten maaseudun elinkeinojen toimintatavoista, elinkeinoihin vaikuttavista luonnonolosuhteista, tuotantotavoista, ympäristön, vesistöjen ja eläinten hoidosta tai tuotteiden hinnan muodostuksesta on herännyt kysymyksiä ja mielenkiintoa kuluttajilta.

Kuluttajatyön tavoitteena on kotimaisen ruoan, puun, uusiutuvan energian ja maaseudun muiden palveluiden tarjonnan tunnettavuuden ja kysynnän lisääminen sekä kotimaisen tuotannon markkina-aseman ja kuluttajien luottamuksen vahvistaminen. Myös jäsenille pyritään tiedottamaan kuluttajien odotuksista ja tarpeista sekä vastavuoroisesti kuluttajia informoimaan maaseudun elinkeinotoiminnan arjesta, tuotteista ja tavoista, joilla niitä tuotetaan. (MTK, MTK-kuluttajatyö, n.d.)

Ihmisten vieraannuttua maataloudesta on tärkeää, että maataloudesta kerrotaan kiihkottomasti, kuinka eläimiä tiloilla todellisuudessa hoidetaan ja miten kasveja viljellään. On väärin, jos vain tahot, joilla on vääristynyttä tietoa maataloudesta informoivat aiheesta propagandamielessä ja tällaisen tiedon perusteella ihmiset muodostavat mielipiteensä kotimaisesta ruuantuotannosta.

## 5 VAIKUTTAMINEN

Vaikuttaminen on tekniikkaa, jolla vastaanottaja saadaan suostumaan vaikuttajan tahdon mukaiseen toimintaan. (Pörsti, 2017, s.30)

### 5.1 Propaganda

Propagandaa ei voi määritellä yhdellä tyhjentävällä määritelmällä, vaan siihen liittyy monenlaisia mielikuvia. Yleisesti propaganda käsitetään hallintajärjestelmän tavoitteellisenä manipulointina, aivopesuna, joka kohdistuu sen piirissä elävien ihmisten tiedollisena ja tunteisiin vaikuttavana painostuksena. Myös huomaamattomasti tapahtuva massavaikuttaminen ja sen muodot ovat propagandaa. Ilmiötä ei kuitenkaan pidä määritellä liian hajanaisesti, jottei sitä sekoiteta vaikuttamisen muihin keinoihin, kuten suostutteluun. (Pitkänen & Sutinen, 2018, s.11; Pörsti, 2017, s. 121-122)

Ihminen on pyrkinyt vaikuttamaan muihin ihmisiin niin kauan, kuin hän on kyennyt kommunikoimaan. Luolamaalaukset ovat jossain määrin verrattavissa nykypäivän Facebook-päivityksiin. Kallion seinämään maalattu hirvi viesti muille, että alueella on riistaa, joten metsästäkää. Seinille piirretään merkkejä ja kirjoitetaan aina jossain tarkoituksessa. Oliver Thomson, massavaikuttamisen kirjailija ja mainosalalla toiminut perusteli ihmislajin olevan luonnostaan propagandistinen. Ihminen on taipuvainen ohjaamaan ja manipuloimaan muiden ihmisten toimintaa, jos siitä jollain tapaa on vain hänelle itselleen hyötyä. Nykypäivän propaganda on tähän päivään

mennessä pitkälle jalostunutta, minkä juuret ovat syvällä ihmiskunnan menneisyydessä. Propagandaisen kommunikaation pyrkimys on saada vastaanottaja reagoimaan ja reagoimaan tavalla, josta olisi hyötyä hänelle itselleen. Propaganda on viestintää, jonka tarkoitus ei ole vain välittää informaatiota vaan myös vaikuttaa. Se manipuloi tarkoituksellisesti mahdollisimman tehokkain keinoin massoja, jotka ovat sille suosiollisia pyrkien jonkin tavoitteeseen. Professori Philip M. Taylor on sanonut propagandan olevan tietoista yritystä taivutella ihmisiä ajattelemaan ja toimimaan halutulla tavalla, hyödyntäen tarkoituksella niitä, jotka organisoivat prosessin. Propagandatutkija David Welchin on kiteyttänyt poliittisen massavaikuttamisen osuvasti: ”Nykyaikainen poliittinen propaganda voidaan määritellä tahalliseksi yritykseksi vaikuttaa yleisön mielipiteisiin välittämällä ideoita ja arvoja, jotka on tarkoitettu erityisesti siihen, sekä suunniteltu palvelemaan propagandan levittäjien ja heidän poliittisten hallitsijoidensa etuja suoraan tai epäsuorasti. ” Propaganda pyrkii ennemminkin toiminnan muutokseen kuin mielipiteen muovaamiseen. Modernissa propagandassa vallanpitäjä ei itse välttämättä toteuta propagandaansa, vaan käyttää hyväkseen aiheeseen vihkiytyneitä ammattilaisia, kuten poliittisia lobbareita tai mainostoimistoja. (Pitkänen & Sutinen, 2018, s. 17-21; Pörsti, 2017, s. 136-137)

Propaganda jaetaan yleisesti kolmeen eri lajiin, lajitteluun vaikuttaa viestin sisältö ja muoto. Ensimmäisenä on valkoinen propaganda, se on vaikeimmin tunnistettavissa ja eroteltavissa muusta kommunikoinnista suorutensa ja avoimuutensa vuoksi. Tieto on peräisin tunnistettavasta lähteestä ja tieto on paikkansapitävää, totuus ja uskottavuus on tärkeää. Valkoinen propaganda tuntuu usein kuuluvan asiaan tilanteissa, joissa sitä käytetään. Tämä kuitenkin kuuluu sen strategiaan. Toinen on musta propaganda, joka on ilmeistä propagandaa, koska se perustuu valheellisiin keinoihin. Mustassa propagandassa viestin lähde ei kerrota tai sen kerrotaan olevan aivan jotain muuta kuin se on. Tunteisiin vetoavat räikeät kärjistyksen ja liioittelu vailla totuuden häivää ovat mustan propagandan perusominaisuuksia. Sitä käytetään usein vihollisen valheellisella vääristelyllä, jotta omia joukkoja saadaan lietsottua. Kolmas on harmaa propaganda, joka on yleisintä propagandaa, koska se on sekoitus valkoisen ja mustan propagandan periaatteista. Harmaan propagandan sisällössä ja näkyvissä olevassa lähteessä on usein epäselvyyksiä. (Pitkänen & Sutinen, 2018, s. 21-22)

## 5.2 Vaikuttaminen yhteisössä

Yhteisöön vaikuttaminen voidaan jakaa neljään aihealueeseen: sosiaalisen paineen luomiseen, vastavuoroisuuteen, auktoriteettiin ja paremmuuteen. (Gjerstad, 2015, s.135-137)

### 5.2.1 Sosiaalinen paine

Sosiaalinen paine aiheuttaa jokaisessa ihmisessä sisäisen ihmisyyteen vahvasti liittyvän kysymyksen: olenko mukana vai jäänkö yksin? Sosiaalinen paine ilmenee ihmisten käyttäytymisessä siten, että kopioimme muiden tekemisiä ja toimimme samoin kuin muut. Kiellämme kuitenkin tämän vaikutuksen kuitenkin usein. Epävarmoissa ja ristiriitaisissa tilanteissa sosiaalinen paine korostuu ja vahvistuu, kun emme ole varmoja omasta ratkaisustamme asiaan, mietimme miten muut ihmiset tai ihailemamme ihmiset toimivat. Myös koetut asiat ja omat kokemuksemme menneisyydessä vaikuttavat sosiaaliseen paineeseemme. Sosiaaliseen paineeseen liittyy myös halu luottaa muiden arviointeihin ja suosituksiin. Sosiaalinen paine ilmenee myös onnettomuustilanteissa, kun ihmiset alkavat esimerkiksi tulipalotilanteessa poistumaan paikalta, he seuraavat kuinka muut samanaikaisesti poistuvat ihmiset toimivat ja minkälaisia poistumisreittejä he valitsevat ja havaintojensa perusteella alkavat mahdollisesti itsekin toimia samoin. Muiden ihmisten esimerkillä on merkittävä vaikutus koko elämäämme. Ympäristö missä olemme kasvaneet, nuoruuden ystävät, opiskelu- ja työympäristöllämme on valtava vaikutus omiin periaatteisiimme ja tottumuksiimme. (Gjerstad, 2015, s. 144-148)

Sosiaalinen paine voidaan jakaa kahteen eri normiin, deskriptiiviseen ja injunktiiviseen normiin. Deskriptiivisiin normeihin – nykytilannetta kuvaavaan, mitä teemme, standardi, jota ihmiset ovat usein motivoituneita noudattamaan ja mihin he vertaavat usein itseään. Injunktiivinen normi on käsky- ja velvoitenormi, mikä kuvastaa sitä, miten sinun tulisi toimia. (Gjerstad, 2015, s. 149-150)

Globaaleihin normeihin vetoaminen ei tehoa useinkaan ihmisiin kovinkaan tehokkaasti, kun taas paikallisilla deskriptiivisillä normeilla on huomattavasti vahvempi voima. Paikallisilla normeilla ihmisten on havaittu olevan tehokkaampia ja täsmällisempiä päätöksenteossa, noudatamme tiettyjä normeja helpommin, jos tiedämme muidenkin samanlaisessa tilanteessa olleiden noudattaneen niitä. (Gjerstad, 2015, s. 151)

Ryhmällä ja muiden ihmisten paineella voi olla vahvempi vaikutus ihmisen oman käyttäytymisen normiin kuin omalla identiteetillä. Sosiaalinen paine voi myös vaikuttaa ryhmän sisällä kahdella eri tavalla. Ryhmäpolarisatiossa ryhmässä yksilön maltillinen kanta voi vahvistua, jolloin ryhmän vaikutuksesta kanta kärkevoityy. Ryhmä voi myös saada rohkeutta ja voimaa toisistaan ja kykenevät yhdessä kannattamaan jotakin kantaa, mitä kukaan jäsen ei yksin olisi valmis tekemään. Negatiivinen ilmiö ryhmän yksimielisyyden etsimisessä on ryhmäajattelu, jolloin ryhmän päätöksenteko ja tiedonkulku vääristyy ja vaihtoehtoja ja päämääriä ei arvioida ja tutkita puolueettomasti tai monipuolisesti ja riskien ja varasuunnitelmien huomioiminen alenee. Ryhmäajatteluun päätyminen riskiä lisää ryhmän positiivinen käsitys itsestään ryhmänä, halu ylläpitää ryhmän sisäistä sosiaalista identiteettiä tai ryhmää ulkopuolelta kohtaava uhka. Ulkopuolinen uhka, joka



kyseenalaistaa ryhmän identiteettiä, saattaa muuttaa ryhmän päämäärää, eikä ryhmä enää keskity tehokkaaseen toimintaansa vaan alkaa puolustaa olemassaoloaan. Uhka ja ryhmän suuri yhteenkuuluvuuden tunne eli koheesio lisäävät riskiä ryhmäajatteluun. (Gjerstad, 2015, s. 152-153)

### 5.2.2 Vastavuoroisuus

Vastavuoroisuuden pääperiaatteena on hyväksytyksi tulemisen tunne. Robert Cialdinin, maailman vaikutusvaltaisimman vaikuttajatutkijan mukaan vaikuttamisen pääperiaate on vastavuoroisuus, joka on kaikissa ihmisissä vahvasti sisäänrakennettuna eikä sitä helpolla voi vastustaa. Tämä voi ilmetä esimerkiksi siinä, että emme kestä helpolla kiitollisuudenvelkaa toiselle ihmiselle. Vastavuoroisuutta voi hyödyntää siten, että kun olet pyytämässä jotakin joltakin, annat ensin itse hänelle jotain. Hyväksynnän toivomisella ja saavuttamisella on kaksi puolta, ihminen saattaa alkaa muovamaan tekemisiään ja itseään toisen hyväksynnän varaan, jolloin hänestä tulee neutraali – hajuton ja mauton. Vastavuoroisuus tai sen tarve ei ilmene kaikissa ihmisissä samalla tavalla, toiset antavat enemmän kuin saavat ja toiset saavat enemmän kuin antavat. Toisille ihmisille omat tarpeet ja niiden saavuttaminen on tärkeintä, kun taas toisille ihmisille täysin päinvastoin toisten tarpeet ja niiden täyttäminen on ensisijaista. Kolmas vaihtoehto on löytää ratkaisu kahden edellä mainitun välimaastosta. Pitkällä tähtäimellä elämässään menestyneimpiä ovat he, jotka onnistuvat luomaan hyvää tahtoa ja luottamusta, minkä kautta saavutetaan hyvää mainetta ja toimivia ihmissuhteita itselleen, itsearvostusta ja rajojen asettamista unohtamatta. (Gjerstad, 2015, s. 157-161)

### 5.2.3 Auktoriteetti

Auktoriteetissa on kyse siitä, millä ja kenen ehdoilla toimitaan ja toteutetaan asioita sekä mihin periaatteeseen tai kehen ihmiseen sitoudutaan. Auktoriteetti ei kuitenkaan aina ole ihminen, se voi myös olla periaate – sitoutuminen ja johdonmukaisuus ovat arvoja, joita suuresti arvostamme ja jotka helposti saavat auktoriteetin aseman. Tämän vuoksi vaikuttamistyössä ihmisiltä pyritään saamaan sitoumus tai lupaus ja erittäin tehokkaiksi on koettu kirjallisesti tai julkisesti vapaaehtoisesti annetut lupaukset. Tällaisilla sitoumuksilla on positiivinen vaikutus niin sitoumuksen tekijöihin kuin muihinkin ihmisiin. Epäjohdonmukainen ihminen ei herätä luottamusta, eikä näin ollen voi toimia auktoriteettina muille. (Gjerstad, 2015, s. 162-163)

Auktoriteetti on aina jonkin muun vaikutusta minuun itseän. Silloin kun noudatamme auktoriteetteja, vaikka se ei olisi järkevää, nimitämme sitä auktoriteettiharhaksi. Myös markkinoilla mainostajat ja valmistajat voivat käyttää auktoriteetin asemaa mainonnassa. Tuotteiden mainonnassa voidaan esimerkiksi mainita joidenkin tiettyjen ainesosien puuttuminen tuotteesta tarkoituksella, jolloin kuluttajalle luodaan mielikuva siitä, että tuote

olisi parempi kuin tuote, joka sisältää kyseisen ainesosan. Tällaisella toiminnalla voidaan saavuttaa auktoriteetin asema hyvin helposti ja jopa myös tahattomasti. Auktoriteetteja luodaan myös tietoisesti symboleiden kuten uniformujen tai titteleiden avulla. Uuden ja hämmäntävän tilanteen varjolla voimme lisätä helposti auktoriteettia, jolloin seuraamme muiden ihmisten toimintaa entisestään. (Gjerstad, 2015, s.164-172)

#### 5.2.4 Paremmuus

Yhteisöllisen vaikuttamisen kohdalla on olennaisesti kyse siitä, asetetaanko yksilön vai yhteisön etu edelle. Yhteismaan ongelma (tragedy of the commons) kuvastaa yhteisön ja yksilön välisten intressien ristiriitaa. Yhteismaan ongelmassa yksilön hyötyjen kustannukset lankeavat yhteisölle, mutta ratkaisu ongelmaan ei kuitenkaan ole vastuun sysääminen yksilölle. Ihmisissä on sisäänrakennettuna oman ylivertaisuutemme korostus, kognitiivinen ylivertaisuus ilmenee muun muassa omien kykyjen, suoritusten ja menestyksemme mahdollisuuksien yliarviointina. Liiallisen itseluottamuksen harha (overconfidence effect) ilmenee käytöksessämme ylimitoitetussa luottamuksessa itseemme ja tietämykseemme. Liiallisella itseluottamuksella on myös positiivisia vaikutuksia, sen voimalla olemme aktiivisia ja toimeliaita. Kyvykkyysharhan (illusion of skill) sokaisemana kuvittelemme onnen tai sattuman siivittämän onnistumisen olleen omien kykyjemme ansiota. Arvioimme itseämme eri tavalla kuin arvioimme toisia, olemme taitavia arvioimaan asioita omalta kannaltamme edullisesti. Menestyessämme se on omaa ansiotamme ja kun taas epäonnistumisesta syytämme ulkoisia tekijöitä. Tätä kutsutaan minää tukevaksi arviointiharhaksi (self-serving bias). Muita ihmisiä arvioidessa yliarvioimme heidän vaikutusmahdollisuksiensa asiaan ja aliarvioimme tilanteeseen ulkoisesti vaikuttavia asioita sekä yliarvioimme myös yhteisymmärryksen määrää muiden ihmisten kanssa. Luulemme muiden kokevan asiat niin kuin itse koemme ja väärän yhteisymmärryksen vaikutuksesta mahdollisesti leimaamme eri tavalla ajattelevat epänormaaleiksi, vaikka oma näkökantamme olisikin se poikkeava. Vertaamme myös itseämme muihin ihmisiin jatkuvasti, joka on lähes välttämätön sisäänrakennettu ominaisuus meissä. Mahdollisuus erottua joukosta viehättää meitä ja sitä kautta meihin myös vaikutetaan. (Gjerstad, 2015, s.172- 181)

Niukkuus ja harvinaisuus vaikuttavat paremmuuden ja arvokkuuden kokeemukseen, mitä harvinaisempi jokin ilmiö on tai mitä vähemmän jotakin tiettyä resurssia on tarjolla, sitä enemmän sitä arvostetaan, halutaan ja pidetään parempana. Paremmuudesta kilpailu ylettyy ihmisten välisistä suhteista fyysiseen ympäristöömme, tavaroihin ja palveluihin, mitä palvelut ja markkinat käyttävät häikäilemättä hyödykseen. Hinnasta puhuttaessa tilanne kääntyy pääläelleen, ihmiset valitsevat paremmuuskysymyksessä helposti ja yleisesti kuitenkin halvemman tuotteen kuin paremman ja kalliimman. Ilmaisten hyödykkeiden kohdalla ihmiset unohtavat tuotteen huonot puolet ja valitsevat yleisesti sen ennemmin kuin paremman normaali- tai tarjoushintaisen tuotteen. Tämä perustuu häviön pelkoomme ja

ilmaisen kohdalla ei ole tappion mahdollisuutta. Esimerkiksi kuluttajien ostokäyttäytymiseen kyetään vaikuttamaan, kun markkinoinnissa käytetään ”rajattu määrä”-taktiikkaa, tuotteen kauppa käy kuumempina kuin ”rajattomasti” tarjolla olevan. Tämä pätee myös informaatioissa, mitä niukemmin tietoa annetaan, sitä enemmän saatua vähää janoamme ja arvostamme. Suostutteluvoimaltaan rajallinen informaatio on myös tehokkaampaa. Niukkuuden periaatteella ihmisiä saadaan myös seuraamaan jotakin ilmiötä tai asiaa. Kun ihmisille annetaan ymmärtää, että nyt on viimeinen tilaisuus tai mahdollisuus esimerkiksi tarttua johonkin tilaisuuteen, liittyä organisaatioon tai äänestää tiettyä henkilöä, ihmisille luodaan painetta osallistua aikarajoituksella. Ryhmissä ja ryhmien välillä paremmuuden määrittely ja siitä kilpailu on jopa raivokasta. Hyvä ryhmähenki on positiivinen asia, mutta jos ryhmän toimintaan kuuluu toistuvasti hyökätä jotakin toista ryhmää tai ihmistä kohtaan, on toiminta silloin negatiivista. (Gjerstad, 2015, s. 182-185)

### 5.3 Markkinointi

Markkinoinnin perusta pohjautuu yhteen asiaan, kilpailuun. Ilman kilpailua markkinointia ei tarvittaisi, vaan kaikki menisi kaupaksi. Kilpailu on todellisuutta yhteiskunnassamme kaikkialla, kun tarjontaa löytyy enemmän kuin kysyntää, on menestyjän pärjäämisen takana lähes aina onnistunut markkinointi. Kilpailu ei kohdistu pelkästään samankaltaisten tuotteiden väliseen kilpailuun, vaan kilpailua käydään myös asiakkaan suosiosta, kuten esimerkiksi kotimaisten ja ulkomaisten tuotteiden välinen vastakkainasettelu. Markkinoijan tärkein tavoite on saada asiakas valitsemaan hänen markkinoimansa tuote, vaikka vaihtoehtoja olisi loputtomasti mistä valita. Menestyksekkään markkinoinnin ymmärryksen olennaisin osa on ihminen. Markkinointi perustuu kilpailuun ihmisen suosiosta. Ostaja on aina ihminen, silloinkin, kun puhutaan organisaatiomarkkinoilla toimimisesta. Vaikka tuotetta ostettaisiin organisaation käyttöön, on ostopäätöksen takana aina ihminen tai useampi ihminen, jolloin organisaatio ei ole ostajana, vaan ihminen.

Ihmisten suosiosta kilpailtaessa on muistettava, että yrityksen tulee luoda tuoteratkaisut, joiden myötä menestysperusta mahdollistuu. Menestyksessä olennaista ei myöskään ole tuotteen paremmuus tai huonomuus kilpailijan tuotteeseen verrattuna, vaan tärkeää on tekijä, jonka avulla asiakkaan suosio saavutetaan. Markkinointi ei myöskään ole vain viestintää yrityksestä ulospäin, vaan se on myös tapa ajatella ja toteuttaa liiketoimintaa. Kun yritys toteuttaa käytännön tekemisen markkinoinnin näkökulmasta, ovat kauppaamistoimet tuloksellisempia.

Tuotantosuurteisissa tai tuotekeskeisissä ajattelussa yrityksellä on tuote, joka pitää myydä. Kun taas markkinointisuuntaisen ajattelun perustana on ajatus siitä, miten asiakas saataisiin ostamaan jotain sellaista, mitä yritys voisi valmistaa. Tuotteiden myyntiperusteisen ja asiakkaan ostoperusteisen markkinointimaailman ero on merkittävä. Hyvät tuoteominaisuudet

ovat välttämättömyys ja hyvä perusta kaupanteolle, mutta ei edellytys. Onnistuakseen tuotteensa myynnissä ja markkinoinnissa avainkysymyksenä on ”miten saadaan asiakas ostamaan” ei niinkään ”miten myydään”. Kun asiakas saadaan ostamaan, ei tarvitse enää myydä. Markkinointityön menestyksen takaa tuoteperusteisesta myynnistä asiakkaan ostoperusteiseen markkinointiin siirtyminen.

Asiakkaan ostoperusteisen markkinoinnin kiteytetty lause on, että älä myy mitään, vaan luo sellainen tuote, jota asiakkaat haluavat ostaa isolla ilolla, suurella rahalla ja sitoutuneisuusotteella. Kyse ei ole tuotteen myymisestä, vaan siitä, että asiakas saadaan ostamaan, jolloin tuote pitää luoda sen mukaan, mitä ja millaista asiakas haluaa ostaa. Markkinoinnin keskeisimpiä tekijöitä on asiakkaan ostohalun kasvattaminen sekä tuotteen mahdollisimman hyvään hintaan myyntihetkellä vaikuttaminen. Markkinointityö on onnistunutta, kun ostajalla on positiivinen mieli ja ostotapahtumasta tulee hyvä mieli. Yksi markkinoinnin päämäärä on saada asiakas ostamaan markkinoijalta uudelleen. (Rope, 2005, s. 11-15)

#### 5.4 Esiintyminen

Onnistuneen esityksen perusedellytys on kaikissa kulttuureissa hyvät vuorovaikutustaidot. Hyvät vuorovaikutustaidot ovat myös olennainen osa johtamista ja ammattitaitoa. Vuorovaikutustaidot muodostuvat sanallisesta ja sanattomasta viestinnästä. Sanallinen ilmaisu kuvastaa sitä, mitä sanotaan ja sanaton tapaa, miten sanotaan. Esitykseen voi kuulua visuaalisia apuvälineitä ja muita tehokeinoja, mutta tietojen ja tunteiden välittäminen tapahtuu suullisesti. Perustarkoitus esityksessä ja esiintymisessä on muihin ihmisiin vaikuttaminen. Esiintyjän ollessa yhteisymmärryksessä itsensä ja asiansa kanssa sekä lisäksi puhujalla on kokemuksen ja harjoittelun tuomaa itsevarmuutta, yhteys yleisöön syntyy yleensä helposti. Esiintymistään voi harjoitella kirjoittamalla asiansa tarkasti muistiin ja tekemällä muistiinpanoja, mutta esityksen aikana on muistettava, ettei esiintyjä ole lukemassa yleisölle esitelmäänsä, vaan hän on paikalla puhumassa asiastaan ja olemassa aktiivisessa vuorovaikutuksessa yleisönsä kanssa. Lyhyenkin esiintymisen aikana esiintyjä voi olla vuoropuhelussa eli dialogissa yleisönsä kanssa, kommunikointi ei aina ole puhetta. (Nieminen, 2009, s.33-34)

Lähes tulkoon aina, luontaisesti lahjakkaalta vaikuttava esiintyjä on joutunut harjoittelemaan ja hiomaan esiintymistaitojaan huomattavan paljon, jotta on saavuttanut varmuuden esiintyessään. Lahjakkaista esiintyjistä kuulijoille tulee mielikuva, ettei esiintyjää jännitä esiintyminen lainkaan. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa, vaan myös ansioituneet puhujat jännittävät esiintymistään lähes joka kerta. He ovat vain onnistuneet kanavoimaan jännittämisen tuottavaksi energiaksi ja käyttäen sitä hyödykseen, he saavat esiintymisen näyttämään sujuvalta ja helpolta. Jännittäminen esiintyessä on täysin normaalia ja lähes jokainen esiintyjä kokee sitä enemmän

tai vähemmän aina esiintyessään. Esiintymistä ei pelkästään jännitetä, vaan sitä myös pelätään. Pelkoa koetaan epäonnistumisesta, mikä on normaalia, eikä sitä kannata yrittää hälventää kokonaan. Epämääräinen esiintymisjännitys sopivassa määrin auttaa esiintyjää virittämään itsensä esiintymistä varten, se auttaa puhujaa tuomaan parhaat puolensa esiin. Ilman pientä jännitystä esiintyjä ei yleensä paneudu tai keskity asiaansa tarpeeksi. Yleensä yleisö ei näe puhujan jännitystä siinä määrin kuin puhuja itse sen kokee. Käsien hikoilu, äänen säröily ja katseen harhailu ovat yleisimpiä jännityksen oireita, joita puhujat kokevat. Pienen jännityksen ilmeneminen esiintymisessä synnyttää yleensä yleisössä sympatiaa, mikä saa esiintyjän vaikuttamaan inhimilliseltä. Jos jännityksen kokee kuitenkin liian suureksi, on syytä harjoitella esiintymistä etukäteen, jolloin huolellinen valmistautuminen tuo esiintyjälle varmuutta. Jännitystä voi myös vähentää tekemällä lyhyet ja ytimekkäät muistiinpanot, joista puhuja voi nopeasti vilkaisemalla saada tilanteen jälleen hallintaansa ajatuksen kadotessa. Puhujan kannattaa panostaa esityksensä ensimmäisiin minuutteihin ennen, niiden kautta luodaan yhteys yleisöön, esityksen tunnelmaan ja viestin perillemenoon. Hyväntuulinen aloitus, esimerkiksi omista kokemuksista kertomalla luo lähes aina hyvää tunnelmaa ja toimii jäänmurtajana. Omista kokemuksista kertomisen kanssa kannattaa kuitenkin olla tarkka, niitä tulee jakaa hyvän maun rajoissa ja aiheen tulee pysyä liike-elämän kokemuksissa. Tarinoiden ja omien kokemusten pitää myös olla uskottavia. Yleisön luottamus aiheeseen ja puhujaan on säilytettävä, luotettavuus on esiintymisen tärkein asia, ilman sitä puhuja ei saa asiaansa perille. (Nieminen, 2009, s.36-41)

Esiintyjän ei pidä pelästyä kiperiä tilanteita. Yleisön joukossa voi aina olla henkilö, joka esittää puhujalle kysymyksen, joka tuntuu siinä tilanteessa vaikealta tai mahdottomalta vastata tai puhuja voi myös kokea tehneensä virheen. Kaikki tilanteet ovat kuitenkin aina ratkaistavissa jollakin tavalla. Puhujan ei kuitenkaan kannata yrittää peitellä tietämättömyyttään vastauksen epämääräisellä sommittelulla. Esiintyjä voi selvittää tilanteesta pitämällä miettimistauon, jo lyhyessäkin ajassa aivot toimivat tehokkaasti, jos niille antaa muutaman sekunnin prosessointiaikaa. Puhuja voi kokea muutaman sekunnin tauon iäisyytenä, jos hän on vastauksestaan tai itsestään epävarma. Miettiminen ei tarkoita epäonnistumista, mutta miettimistaukoa ei tule ostaa puhumalla ja yleisöä harhauttamalla. Hiljainen miettimistauko on täysin sallittua, vaikka siihen ei kaikki puhujat rohkenekaan. Kulttuurien välillä miettimistauko nähdään eri tavoin, mutta Pohjoismaissa ja monissa Aasian maissa hiljaisuus nähdään osana luontevaa kommunikointia. Puhuja voi myös kertoa rehellisesti yleisölleen, että ”antakaapas kun mietin asiaa hetken ennen kuin vastaan” tai tarvittaessa puhuja voi myös tehdä tarkentavan kysymyksen esittäjälle, jolloin hän saa tarpeellista lisätietoa ja itselleen ajatteluaikaa. Kysymyksen kysyjää voi myös pyytää toistamaan kysymyksensä, jolloin kuulijat kuulevat sen selvästi. Hyvä keino on myös suunnata kysymys yleisölle, jolloin heidät aktivoidaan osallistumaan ja kaikkien asiantuntijuus saadaan käyttöön. Pitkän esityksen aikana esiintyjä voi myös siirtää vastaamisen myöhempään ajankohtaan, jolloin hän

voi esimerkiksi tauon aikana hakea tietoa vastaukseensa. Esiintyjä ei kuitenkaan saa koskaan keksiä tekaistua vastausta kysymykseen. On parempi myöntää olevansa tietämätön, sillä rehellisyys kantaa pitkälle. Jos puhuja menettää luottamuksensa yleisölle, on koko esityksen pohja pudonnut. Puhuja voi myös hankkia oikean vastauksen kysymykseen ja toimittaa sen osanottajille myöhemmin. (Nieminen, 2019, s.77-86)

Yleisössä voi myös olla henkilö, joka syystä tai toisesta haluaa päästä dominoimaan tilannetta. Hän saattaa esittää useampia kysymyksiä ja kuvaillee kannanottojaan laveasti. Esiintyjän kannattaa vastata kysymyksiin lyhyesti ja kohteliaasti. Esiintyjä katkaisee katsekontaktin kysyjän kanssa vastauksen päätyttyä ja solmii uuden katsekontaktin yleisössä toisen kanssa, näin hän viestii selkeästi ja kohteliaasti vastausvuoron siirtyneen jollekin toiselle. Jos aktiivinen kysyjä jatkaa dominointiaan, voi puhuja ottaa ohjat käsiinsä imaisemalla mielipiteensä, kuten sanomalla ”mielestäni on aika kuulla myös kysymyksiä muulta yleisöltä”. Joukossa voi myös olla kuulijoita, jotka yrittävät edistää omaa asiaansa ja vähätellä esiintyjän näkökantaa. Tällaisille kuulijoille ei pidä antaa mahdollisuutta synnyttää väittelyä tai pitää omaa esitelmää. Vihamielisiin kommentteihin ja kysymyksiin kannattaa vastata lyhyesti ja viileästi, muutama kohtelias vastaus riittää, jonka jälkeen aiheessa kannattaa siirtyä eteenpäin, ellei yleisössä kenelläkään muulla ole aiheeseen kysyttävää. Säilytä hankalissa tilanteissa maltti, älä jähmety yhteen asiaan tai yksityiskohtaan vaan siirry eteenpäin. Esiintyessä on pyrittävä välttämään selittelyä, yleisöltä ei kannata pyydellä moineen kertaan anteeksi, eikä yleisöä kannata pelätä. (Nieminen, 2009, s. 86-91)

Esiintymisen kymmenen käskyä:

- osaa asiasi (perehdy aiheeseen ja harjoittele sitä)
- ole innostunut
- säteile tervettä itseluottamusta (kohtuudella)
- puhu luontevasti ja ota kuulija huomioon esityksessäsi (kommunikointi ei ole aina puhetta)
- viesti positiivisesti ja optimistisesti (artikuloi selkeästi ja yksinkertaisesti)
- elehdi luontevasti, tehokkaasti ja luo kuulijoihin katsekontakteja (ole ryhdikäs ja samaan aikaan rento, liiku hillitysti)
- hymyile aidosti ja oikeissa tilanteissa (kertoo positiivisista tunteista)
- käytä tilannetajua (tilanteisiin sopivaa huumoria)
- ole oma itsesi (älä tavoittele täydellisyyttä)
- nauti esiintymisestä

Viisi sudenkuoppaa, jota esiintyjän tulee välttää

- esiintyminen valmistautumatta (hyvään esitykseen valmistaudutaan aina jollain tavalla)
- puhuminen itselleen eikä yleisölle (vuorovaikutus yleisön kanssa)
- yleisön mielistely
- ylimielisyys ja itsensä tärkeänä pitäminen (vaatimattomuus kaunistaa)

- muiden tapojen ja saavutusten vähättely (omista saavutuksista ei tehdä parempia muita väheksymällä)  
(Nieminen, 2009, s. 13, 112-124)

## 6 MTK:N MAATILAOPPAAT KYSELY

MTK on kouluttanut 205 maatalaopasta ympäri Suomen järjestetyissä 18 koulutuksessa vuodesta 2015 lähtien. (Alasuutari, 2019) Koulutetuilla maatalaoppailla on Facebook-käyttäjille Facebookissa yksityinen MTK:n maatalaoppaat-ryhmä, joka on koulutuksen käyneiden kohtaamis- ja ajatustenvaihtopaikka. Ryhmässä vaihdetaan kokemuksia vierailuista kouluilla ja koululaisten vierailuista tiloilla ja tavoitteena on jakaa onnistumiset ja epäonnistumiset ja sitä myötä antaa eväitä toimintaan muillekin, myös muiden kannustaminen tärkeään työhön on olennaista. Ryhmään on halunnut koulutetuista mukaan 122 jäsentä, eli yli puolet koulutuksen käyneistä on jollain tapaa sitoutuneita toimintaan sekä heillä on yhteys koulutuksen jälkeen muihin koulutettuihin ja kouluttajatahoon.

### 6.1 Tutkimusmenetelmä ja aineiston analysointi

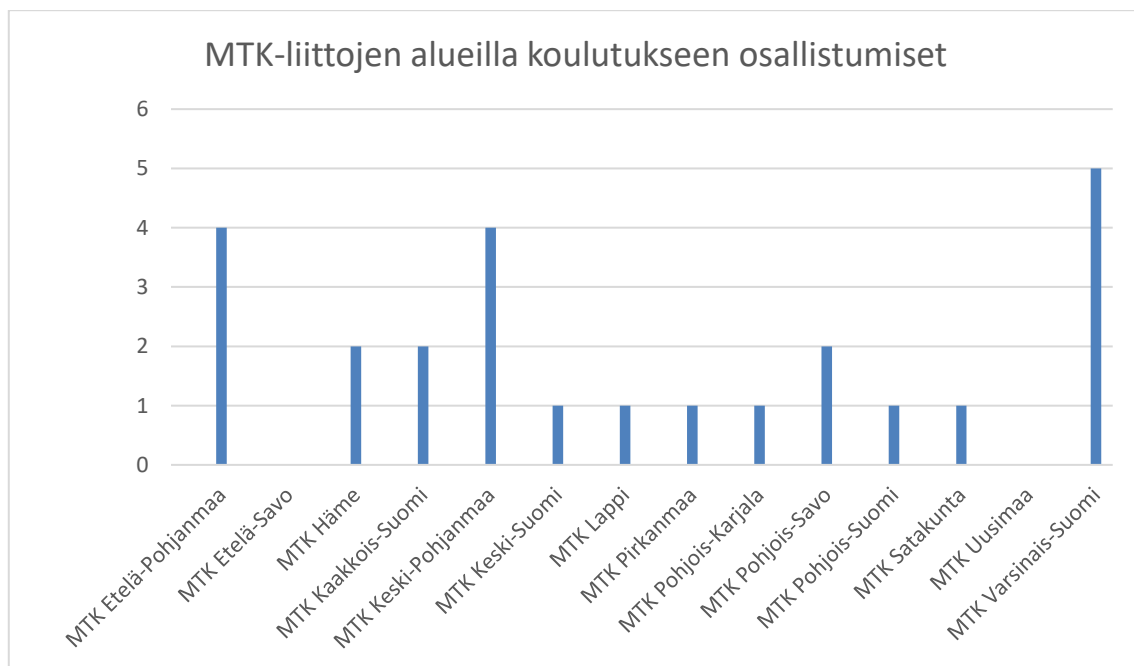
MTK:n koulutuksen käyneille maatalaoppaille lähetettiin sähköpostitse ja maatalaoppaille tarkoitetun Facebook-ryhmän kautta linkki opinnäytetyön kyselyyn. Kyselyn lähettämisen sähköpostitse hoiti opinnäytetyön tilaaja MTK:n yhteyshenkilö Sakari Alasuutari, jolloin opinnäytetyöntekijän tietoon ei tullut koulutukseen osallistuneiden henkilöllisyyksiä ja koulutuksen järjestänyt ei luovuttanut koulutukseen osallistuneiden henkilöiden tietoja eteenpäin.

Kysely suoritettiin vain sähköisessä muodossa, se oli auki yli kuukauden ja siitä muistutettiin kaksi kertaa. Kysely oli tehty Microsoft Officen Forms-pohjaan. Kysymyksiä oli 15 kappaletta (Liite 1), joista seitsemän oli monivalintakysymyksiä ja kahdeksan omin sanoin vastattavia. Kysymyspatteristo luotiin vastaamaan opinnäytetyön toimeksiantajan toiveita ja tarpeita oman toimintansa kehittämisen kannalta keskeisin kysymyksin.

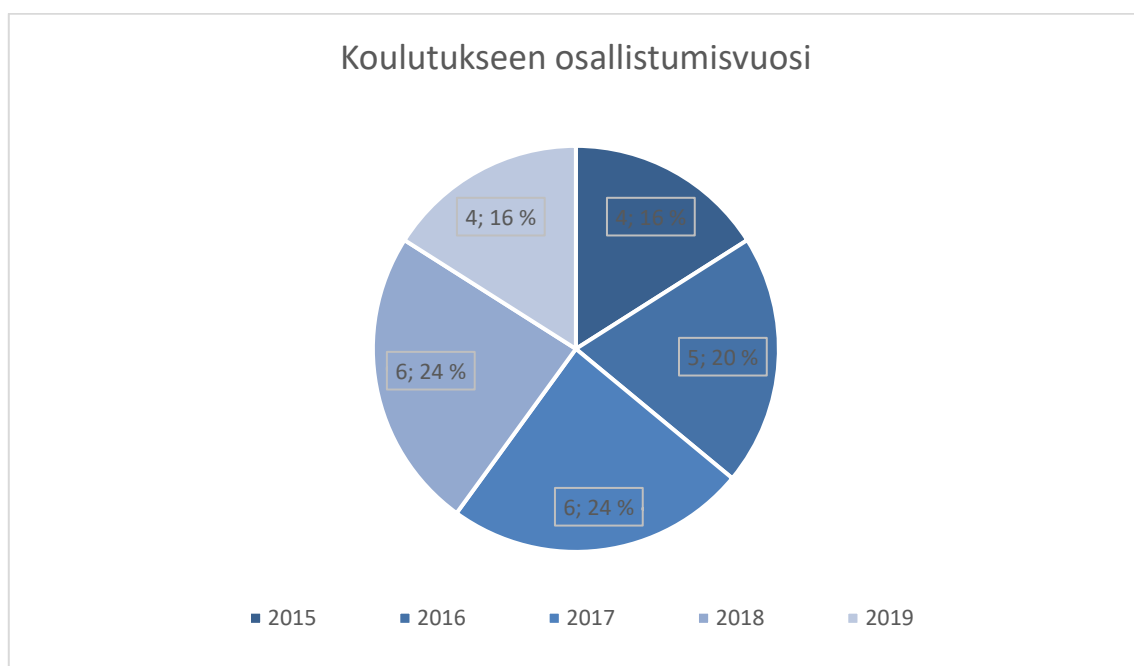
Kyselyyn vastasi 25 koulutuksen käynyttä maatalaopasta, määrä ei ole järin suuri, mutta kaikista reilusta 200 koulutetusta maatalaoppaasta puolet on ollut kiinnostuneita suljettuun Facebook-ryhmään liittymisestä, jolloin aiheeseen sitoutuneista ja kiinnostuneista noin neljännes on vastannut kyselyyn. Näin ajatellen tulos ei ole niin heikko, kuin miltä se aluksi näyttää. Kyselyyn osallistumisessa ei ollut mukana mitään ”houkutinta/porkkanaa”, jolloin voiton mahdollisuus arvonnassa tai vastaavassa saattoi karsia vastaajien kiinnostusta osallistua.

Aineistoa analysoidaan laadullisesti eli kvalitatiivisesti sekä määrällisesti eli kvantitatiivisesti. Tarkoituksena on tarkastella tutkimuskohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä, mutta myös havainnoida tuloksia tilastojen ja numeroiden avulla.

Kyselyn vastaamiseen kului keskimääräisesti 13:07 minuuttia ja vastauksia tuli 12 eri MTK-liiton alueelta.



Kuva 4. Kyselyyn vastanneiden MTK-liiton alue, missä osallistui koulutukseen.



Kuva 5. Koulutukseen osallistumisvuosi.

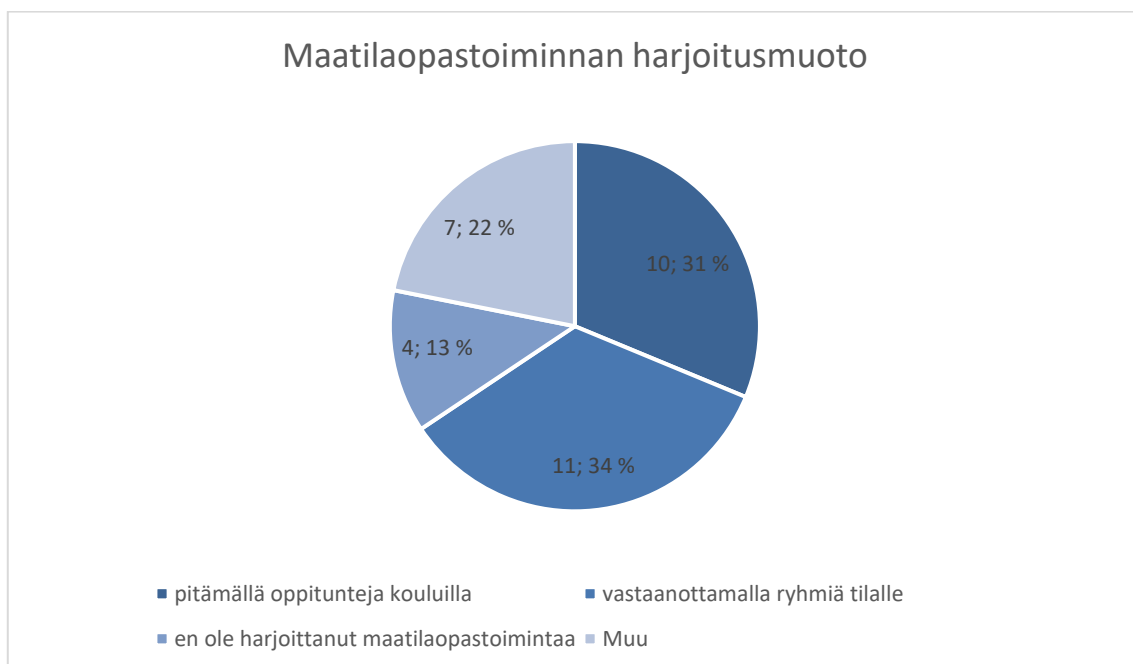


Kaikilta vuosilta, joina maatalaoppaita on koulutettu, saatiin vastaus kyselyyn. Vuodet, joina kyselyyn vastanneet maatalaoppaat olivat käyneet koulutuksessa, jakautui melko tasaisesti.



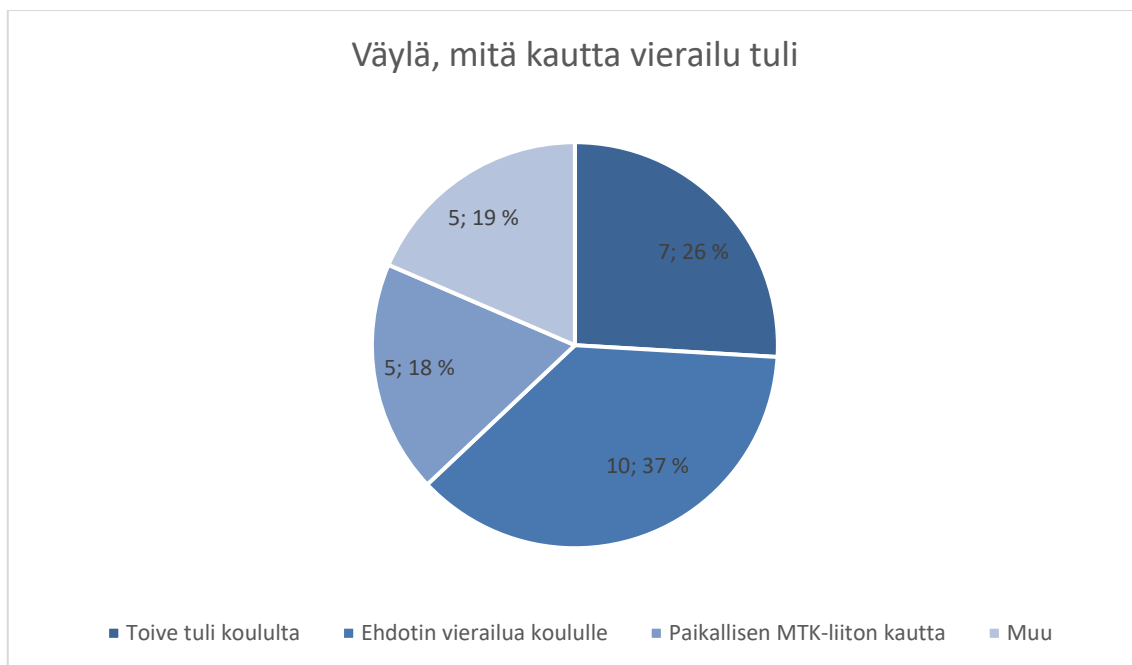
Kuva 6. Kyselyyn vastanneiden suhde maatalouteen.

Kyselyyn vastanneista suurin osa oli maatalousyrittäjiä yli 50 prosenttiyksikön osuudella. Lisäkysymyksenä olisi voinut olla tarkentava kysymys, jos vastasit muu, niin mikä. Tämä jäi tuloksista puuttumaan.



Kuva 7. Kyselyyn vastanneiden maatalaopastoiminnan harjoitusmuoto.

Maatilaoppaat, jotka ovat harjoittaneet vastaajista maatilaopastointia, ovat sekä pitäneet kouluilla oppitunteja että vastaanottaneet tiloille ryhmiä kuulemaan kotimaisesta maataloudesta. Tarkentavan kysymyksen puuttuessa kohdan muu- valinneiden maatilaopastoinnin harjoitustapa jäi arvoitukseksi.



Kuva 8. Mitä kautta kutsu maatilaoppaan vierailulle tuli.

Maatilaoppaita on kutsuttu pitämään oppituntia maataloudesta lähes 40-prosenttisesti omatoimisen aktiivisuuden myötä, eli maatilaoppaat ovat itse ehdottaneet vierailua kouluille. Myös koulut ovat suoraan pyytäneet oppaita ja paikallisen MTK-liiton kautta on tullut kutsuja kouluille pitämään oppituntia.

## 6.2 Koulutuksen ja valmiin materiaalin hyödyllisyys toiminnassa

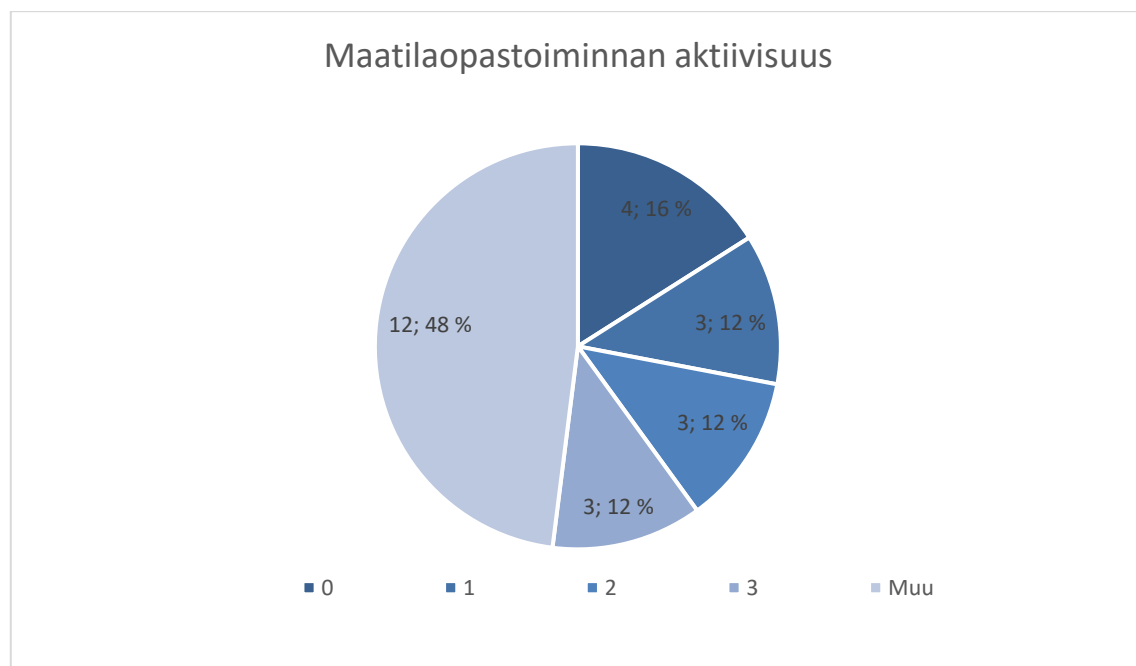
Materiaalin hyödyllisyydestä on oltu montaa mieltä. Toiset ovat kokeneet materiaalit hyviksi, helposti käytettävissä oleviksi ja käytännöllisiksi. Valmis materiaali on koettu myös erittäin helpoksi, sen kanssa on voinut mennä suoraan kouluun pitämään esitystä ja se on tuonut esitykseen varmuutta. Myös esitysten verkosta löytymistä on pidetty hyvänä ja helppona eikä teknisiä ongelmia ole ollut. Kahoot.com oppimispelit internetissä on ollut toimiva ja niitä toivottiin lisää. Materiaaleista on tullut hyviä juttuja keskustelun ja kysymysten syntymiseen. Tilalla aiheesta kertoessa muistikortit on ollut apuna, jolloin on tullut kerrottua monipuolisesti aiheesta, ja julisteet ruoan reitistä ovat olleet erittäin toimivia varsinkin päiväkotiryhmien keskuudessa. Valmis materiaali on myös toiminut isoissa koko yleisölle avoimissa tapahtumissa sekä materiaaleista on ollut helppo vinkata niistä kiinnostuneille.

Toiset eivät ole käyttäneet valmiita materiaaleja ollenkaan. Asioista on kerrottu oman kokemuksen mukaan. Valmiita materiaaleja on käytetty vain ohjelmaisesti ja ideapankkina tai apuna oman materiaalin tekemisessä. Materiaali on koettu myös riittämättömäksi tai se ei ole vastannut maatalaoppaan tarpeita, jolloin materiaalia on tehty itse useammassakin tapauksessa. Esimerkiksi alkuperämerkeistä ei mistään - ei Ruokatiedostakaan - ole ollut saatavilla lapsen tasoista esitystä tai esitystä ylipäänsä, jolloin materiaali on tehty itse ja se ei ole ollut kertakäyttöistä, sillä toiminnalla on jatkuvuutta. Ja se on koettu palkitsevaksi. Omia materiaaleja tehdessä on myös käytetty hyödyksi esimerkkejä tutuilta tiloilta.

Koulutus on antanut valmiutta ja rohkeutta. Jotkut taas kokivat, ettei koulutuksen vinkkejä ole ollut käytössä ollenkaan.

Parannuksena toivottiin enemmän ruotsinkielistä materiaalia sekä tuntien päätteeksi oppilaille jaettavaa materiaalia ilman kustannuksia kaivattiin. Lehdistä ja MTK:n verkkokaupasta tilattavien tuotteiden postimaksun maksaminen on harmittanut. Kustannuksia ei toivottaisi tällaisesta tulevan, kun kyse on kuitenkin yhteisen hyvän puolesta toimimisesta.

### 6.3 Aktiivisuus toiminnassa



Kuva 9. Maatilaopastoiminnan aktiivisuus, vierailujen lukumäärä yhteensä.

Lähes puolet vastanneista on harjoittanut maatilaopastointia enemmän kuin kolme kertaa. Vastanneista vain neljä ei ollut käynyt koulutuksen jälkeen pitämässä oppituntia maataloudesta.

#### 6.4 Vastaanotto kouluilla

Koulut ovat vastaanottaneet maatalaoppaat hyvin ja erittäin hyvin, kouluilla ovat olleet kiinnostuneita, innostuneita ja vastaanottavaisia. Kysyntää ja kiinnostusta on ollut oikeasti paljon ja käynnille toivotaan uusia. Kokemus on, että kyseiselle kuluttajatyölle tarve on todella suuri. Lapsia aihe kiinnostaa paljon. Partio oli vastaanottanut oppaat erittäin hyvin. Yhden vastaajan kertoman mukaan toiminta on 300 oppilaan koulun vuosisuunnitelmassa ja oppitunnin sopiminen tapahtuu koulun suunnasta. Vastaanotto on muutamilla ollut myös vaihtelevaa ja puoli-innokasta. Opettajan asenteella on myös suuri vaikutus vastaanottoon. Vastaanotto on hyvä, kunhan aikataulu osuu koulun lukukauden alkuun tai loppuun ja kuljetukset on järjestettävä siten, että koululle ei aiheudu mitään kuluja tai järjestämistä asiasta. Yläkouluikäisten on koettu olevan hieman nihkeämpiä innostuksensa näyttämisessä. Vierailut kouluilla ja koulujen vierailut maataloilla on koettu aina positiivisiksi.

Tietotaso maataloudesta kouluilla on koettu lähes yksimielisesti ja yhdellä sanalla kuvattuna olevan huono tai varsin huono. Tietotaso on koettu myös vaihtelevaksi, osassa kouluista on selkeästi opetettu maatalon toimintaa ja eläimiä. Osassa taas ei ole tiedetty juuri mitään. Paikkakunnalla on ollut suuri vaikutus, ”maalaispitäjissä” on koettu tietotason olevan hyvä ja jotkut oppilaat ovat saattaneet vierailla navetassa. Koulun henkilökunta keittiötä myöden on kertonut pitävänsä ruokaa itsestään selvänä asiana. Osa opettajista on tiennyt jonkin verran, mutta suurin osa ”tiedosta” on tullut hieman vääristävän median kautta.

#### 6.5 Omat kokemukset

Kokemukset kouluilta ja maatilavierailuilta ovat olleet hyviä ja antoisia. Päivät on koettu mielenkiintoisiksi, mukaviksi ja iloisiksi. Oppaat on otettu kouluilla hyvin vastaan ja kehuja on tullut. Hyviä keskusteluja on saatu oppilaiden kanssa aikaan ja kysymyksiä on tullut paljon. Lapset osaavat kysellä maataloudesta yksityiskohtaisesti. Myös järjestäjät saavat vierailuista erittäin paljon, kun he näkevät lasten innostuksen, kiinnostuksen ja oppimisen. Maatalaoppaiden pitäisi tajuta, miten tärkeää työtä he tekevät, kun näistä asioista ei oikein kukaan enää automaattisesti tiedä. Vierailuilla on saanut puhua äänensä käheäksi ja ihmisiä kiinnostaa asiat sekä he kyselevät kovasti.

Maatalaoppaat kokevat tekevänsä erittäin tärkeää kuluttajatyötä. Alasta on mukava kertoa sekä maatalojen näkökulmasta että alan opiskelun näkökulmasta. Aikaa vievää toimintaa on ja vastaajat toivoisivatkin sitä olevan heillä enemmän, vaikka sen omasta työajasta joutuvatkin ottamaan. Kokemus on, että tarve toiminnalle on suuri ja kuluttajatyötä kuuluisi tehdä paljon enemmän. Toiveena on, että vierailut veisivät maaseudun asiaa eteenpäin. Hyvä yhdistelmä on, kun pääsee samalle ryhmälle pitämään ensin tunnin ja sitten he tulevat tilalle käymään. Osan vastaajista mielestä

maatilavierailu on antoisampi ja parempi, kun esimerkiksi lehmät ovat vieressä nähtävillä, se myös herättää oppilaissa enemmän mielenkiintoa. Maatilavierailuja ja avoimia ovia on järjestetty monille erilaisille ryhmille. On myös ollut kokemus, ettei aihe aiheuttanut maalaispitäjän 9. luokkalaisissa suurta kiinnostusta.

## 6.6 Parannusehdotukset

Parannusehdotuksia tuli monipuolisesti. Alle on listattu muokkaamattomina saadut ehdotukset sellaisina kuin ne on kyselyyn jätetty.

- Yhteyshenkilö, johon opettaja voisi ottaa yhteyttä ja hän jakaisi sitten tehtävän oikealle vapaaehtoiselle oikealla alueella.
- Yksi kaiken kattava nopea diaesitys.
- Kohderyhmän huomioiminen, lapset ja nuoret ovat tosi fiksuja nykyään ja osaavat käsitellä tietoa myös kriittisesti, heille myös tulee tietoa monesta kanavasta. Tärkeää olisi olla siellä missä nuoretkin ovat.
- Lisää kouluja ja seuroja haastettavaksi maatilapäiviin erilaisille tiloille.
- Taisi jo yllä tulla. Mutta kyllähän se pääasia on ne tekijät täällä yhdistyksissä. Jossain niitä on ja toisissa ei. Ilman innostusta ja halua tehdä näitä juttuja, ei ole mitään.
- Kyselkää perään :)
- Toimintaa voisi laajentaa niin että opas kävisi myös erilaisilla työpaikoilla puhumassa tuotannosta.
- En osaa sanoa
- Omasta aktiivisuudesta ja ajanpuutteesta johtuu eniten ettei vierailuja kouluille tehdä riittävästi; itse toiminta ei mielestäni kaipaa mitään ihmetemppeja :)
- Pitäisi mennä politiikanpuolelle.
- Joku pieni korvaus olisi kiva.
- Sähköinen pikavisa luokalle, siihen jotain kiva ideaa palkinnosta, oikeat vastaukset helposti läpikäytävään muotoon
- Laajempi materiaali. Keskittyy tällä hetkellä juurikin maidon ja lihan tuotantoon.
- Olisihan se kiva, jos mtk tai joku jotenkin tukisi sitä tai kannustaisi siihen, kun siihen kuitenkin käytetään pitkässä juoksussa jonkinlainen määrä työaika. Nyt tuntuvat olevan ihan tietämättömiä, että selaista edes tehdään.
- Yhden päivän koulutus ei ehkä riitä antamaan riittävää valmiutta vierailuilla kouluilla. Ehkä voisi koulutuksessa käydä lisäksi läpi jonkinlaista runkoa, millä voisi johdatella keskustelun käyntiin koululla. Nyt kun ilmastokeskustelu käy kuumana, maatalaoppaan pitäisi osata vastata näihin kysymyksiin, joita esim. yläkouluikäiset saattavat esittää.
- Toimintaa vain aktiivisemmaksi!
- En osaa sanoa
- Selkeämmät ohjeet olisi toimitettava suoraan kouluille, mistä voin tiedustella vierailupaikkoja, miten kuljetukset korvataan yms.

- Enemmän materiaalia myös peltoviljelystä Suomessa ja niiden yhteydestä eläintuotantoon. Esim. Nurmi ja naudat.
- Konkreettinen harjoitus heti koulutuksen jälkeen.
- Kun pelkästään vapaaehtoisena toimitaan, se kaipaisi muistamista, koululaiskyydit on hyvä apu paikallisyhdistyksille. Materiaali jaettava.

Vastauksia kysymykseen koetko tarvetta ns. jatkokoulutukselle tai kokoontumiselle, jossa vaihdettaisiin kokemuksia kouluissa käynneistä tai tilavierailuista, vai riittääkö Facebook-ryhmä, jakautui lähes kahtia puolesta ja vastaan vastauksissa. Noin vajaa puolet vastasi, että Facebook-ryhmä riittää, ettei koe tarvetta lisätoiminnalle. Vastauksia tuli myös noin puolelta puolesta, jatkokoulutus tai kokoontuminen voisi olla tarpeellinen ja kiinnostava, mistä voisi saada ja jakaa uusia ideoita, kokemuksia ja käytäntöjä. Ajatuksella ”pölli ja paranna”, jolloin pyörää ei tarvitse uudestaan keksiä. Tapaamisen tarve koettiin myös siksi, ettei kaikki ole Facebookissa. Ja muutamien palautteen mukaan Facebook-ryhmää pidettiin melko hiljaisena, mutta silti hyvänä. Siellä toivottaisiin vaan olevan enemmän kokemusten jakamista, kuten miten muut maatalaoppaat hoitavat kaupunkikouluissa ns. kyseenalaistamisen ja väärin luulojen korjaamisen esimerkiksi eläintuotannosta.

Palautetta tuli myös vapaan sanan osiossa. Kiitettiin, kun kysyttiin. Maatilaopaskoulutusta pidettiin hyvänä ja se antoi vinkkejä kehittää myös maatalousalan oppilaitoksen työtä eteenpäin ja tuli myös lisätietoa MTK:n tarjoamista materiaaleista. Maatilaopastointia pidettiin todella tärkeänä hommana nykypäivänä, kun vallalla on kaikenlaisia luuloja maatalouteen liittyen. Toivottiin lisää koulutuksia. FinFurin eli Suomen Turkiseläinten Kasvattajain Liiton ja MTK:n välille toivottiin yhteistyötä. Myös Kahoot:ia enemmän, laajempaa ja kohdistetummalla materiaalilla. Kuluttajatyöhön panostuksen kanssa koettiin olevan 10 vuotta myöhässä ja tähän työhön olisi välittömästi budjetoitava rahaa roppakaupalla lisää.

## 6.7 MTK:n kuluttajatyö

Kysymykseen pitäisikö mielestäsi MTK:n kuluttajatyötä lisätä vastasi 25 vastaajasta 23 vastaajaa kyllä ja kaksi ei. Vastaajat olivat lähes yksimielisesti sitä mieltä, että kuluttajatyötä pitäisi lisätä. Täydentävänä kysymyksenä oli, että jos vastasit kyllä, miten ja kenen? Vastaukset ovat listattuna alle sellaisena kuin ne on kyselyyn annettu, näin kyselyn vastaanottaja ei ole tehnyt tulkintavirheitä niitä käsitellessään ja opinnäytetyöhönsä liittäessään.

- MTK:n työntekijöiden. Heille maksetaan palkka, voisivat tehdä ammattimaista markkinointityötä, mainoskampanjoita ym.
- Lisää oikeanlaista informaatiota vieviä ihmisiä on saatava lisää.

- Kaikkien maatalousalan opiskelijoiden tulisi tehdä koululähettiläs hommaa.
- Tapauskohtaisesti ja tarpeen mukaan. Sama lähestymistapa ja sama materiaali ei välttämättä toimi joka paikassa. Yhteistyö eri alojen ja toimijoiden välillä olisi hyvä, ja avartaisi näkökulmaa kaikin puolin.
- Meidän mtk keskisuomen alueella tulisi lisätä mielestäni kuluttajatoimintaa. Lisäämällä aikuisille/nuorille maatilapäiviä monipuolisesti ympäri Keskisuomen.
- Yhdistyksenä olemme siihen valmiita, mutta ties monennettako kertaa peräänkuulutan "paketteja", joissa joku keskusliitossa on ideoinut jonkin kuluttajatyöpaketin esim. Hyvää Suomesta-merkin teemalla. Ja se olisi kopioitavissa kaikkien yhdistysten kojulle kylien kesätapahtumiin. Ei tarvita edes mitään konkreettista materiaalia, vaan se sanoma ja vaikka jokin pieni pulmatehtävä, jolla voi ohikulkijat herätellä ja pieni palkinto. Ihan oikeasti, kun kaikki koettaa keksiä jotain "fik-sua" kuluttaja-asiaa, niin luulisi että tämä olisi yksinkertainen juttu ja toteutettavissa.
- Jokaisen jäsenen; pienetkin teot riittävät, some!
- Tiloille enemmän avoimien ovien päiviä, jotta kaikki pääsisi kokemaan, näkemään ja juttelemaan asioista. Isojen kasvukeskusten liepeillä oleville tiloille pitäisi maksaa korvausta siitä isosta työstä mitä he tekevät, kun avaavat ovensa kuluttajille.
- MTK yhdistykset tai liitot voisivat lähettää kouluille materiaalia ja ilmoittaa, että on mahdollisuus tilavierailuun.
- Tai pitää vähintään ennallaan. MTK:kin voi lisätä yhteistyötä muiden alalla toimivien kanssa, jotta kaikkea ei tarvitse tehdä yksin. Osassa päin Suomea tehdään kuluttajatyötä isolla porukalla ja osassa Suomea vähemmän ja yksin.
- Paikallisten yhdistysten pitäisi ottaa juuri koulujen kanssa tehtävä yhteistyö asiakseen. Sovittaisiin säännölliset vierailut joko tiloilla tai kouluilla. Tai ainakin tiedottaa mahdollisuudesta vierailuihin niin että kouluilla on yhteyshenkilöt tiedossa.
- Pitäisi palata ruohonjuuritasolle -lapset
- MTK n kaikilla tasoilla. Koulut ja opettajat. Oppikirjojen tekijät myös tärkeä kohderyhmä.
- Paikallisyhdistyksien ja isommissa kaupungeissa keskusliiton. Valmiita kampanjoita, toteutustapoja jotka viedään koko järjestössä läpi. esim. kotitalousopettajat, kauppatahtumia turvallisesta ruuasta.
- Alueellamme homma toimii ihan hyvin ja liitto tukee nuorien tekemää kuluttajatyötä kehuttavan hyvin. Niin sanotulta "pappakerholta" kaipaisin tosin vähän enemmän panostusta. Yhteisin hyvän eteen sitä tehdään, ja porukan vähetessä alkaa käydä työstä osalle talkooporukasta. Talkoolaisten resurssit alkavat olla kohta kortilla. Entistä useammat jäsenet käyvät myös tilan ulkopuolella töissä.
- En halunnut ottaa kantaa edelliseen kysymykseen.
- Kouluissa pitäisi säännöllisesti vierailla koulutettua maatalousväkeä kertomassa alasta.

- Ehdottomasti!! Materiaalia lähettää suoraan kouluille, yhteystietoja kouluille mihin ottaa yhteyttä, että saa puhujan paikalle. Ja hyvin tärkeä asia, opettajaopiskelijoiden koulutus!!! Oppilaitoksiin puhumaan tuleville opettajille ja kutsua heitä tiloille tutustumaan!
- Tulevaisuuden maatalous on meidän kaikkien maaseudun ihmisten asia. Eli kaikkien maataloudesta elannon saavien ja mtk-jäsenten tulisi osallistua näihin kuluttajatyö talkoisiin.
- Tilavierailut ovat parasta tietoa nykypäivän maataloudesta.
- Keskusliitolla on nyt viimeinen hetki saattaa kuluttajatyömateriaali nykyvaatimusten tasolle. Digitaaliseksi kaikki materiaali, nykYTEKNIikkaa hyödyntäen. Tuottajille on annettava kasvot!
- Myös aikuisten ihmisten tietoisuutta tulisi lisätä. Mistä syystä esimerkiksi vieraile tilalla päivät järjestetään vain koululaisille, kun vanhemmat tarvitsisivat tietoa enemmän. Nuoret olisivat tietoisempia asioista, jos oikea opetus lähtisi kotoa.
- Turuille ja toreille jalkautumalla kansan pariin tuottajana kertomaan tilan arjesta
- En tiedä. Ei ainakaan vähentää.
- Mielestäni kuluttajalle ei tuoda julki riittävästi mm. Mitä vaatimuksia maataloudella on ja miksi ja miten toimitaan. Markkinointi on yksi hyvä keino, tiedotus.

## 7 MUSTIALAN MAATILAOPASKOULUTUS

Osana opinnäytetyötä Mustialan kampuksella järjestettiin maatalaopaskoulutus 9. lokakuuta 2019. Koulutukseen värvättiin vapaaehtoisia ammatikorkeakouluopiskelijoita sähköpostin välityksellä ja mukaan ilmoittautui 13 opiskelijaa. Koulutuspäivään osallistui ja sen jälkeisessä toiminnassa mukana oli 12 opiskelijaa. Toimintaan mukaan lähteneiden opiskelijoiden määrä oli tyydyttävä, sillä tavoitteena oli saada opiskelijoita mukaan 10-20 henkilöä. Ajankohta koulutukselle ja opiskelijoiden mukaan värväämiseen ei ollut paras, sillä suuri osa kampuksen opiskelijoista oli värväysaikana edelleen kesäloman myötä suorittamassa harjoittelujaan tai vasta palaa-massa lomalta kouluun. Myöhäisempänä ajankohtana useampi opiskelija olisi ollut kampuksella opiskeluihin orientoituneena, jolloin he olisivat olleet paremmin tavoitettavissa. Myös värväystavassa olisi ollut parannettavaa, opiskelijoille olisi ollut hyvä käydä puhumassa koululla luokissa koulutuksesta sähköpostin lisäksi. Osa mukaan ilmoittautuneista kertoi, ettei ollut edes lukenut ensimmäistä sähköpostia, jonka oli aiheesta saanut.

Opiskelijoita tavoitettiin aiheesta neljää eri kautta. Vuosikurssien 16-19 ag-  
rologiopiskelijoille lähetettiin syyskuun aikana kolme sähköpostiviestiä sekä opettajille lähetettiin oma sähköposti, jossa toivottiin opettajien kan-  
nustavan opiskelijoita ilmoittautumaan mukaan. Ensimmäisen vuosikurs-  
sin opiskelijoille aiheesta puhuttiin ensiapukurssilla ja myös



suunnitelmaseminaarin kautta tavoitettiin opiskelijoita. Opiskelijat kokivatkin seminaarin olleen tehokkaampi tapa herättää huomiota ja kiinnostusta kuin sähköposti.

Mustialan kampuksella pidettiin 9. lokakuuta 2019 maataliopaskoulutuspäivä. Koulutuksen piti MTK:n koulutussuunnittelija Sakari Alasuutari samalla kaavalla, kuin muutkin maataliopaskoulutuspäivät. Päivän aikana keskustelu oli vilkasta, äänessä ei ollut pelkästään kouluttaja, vaan myös opiskelijat osallistuivat mielenkiintoisilla näkemyksillään ja mielipiteillään keskusteluun. Päivän päätteeksi maataliooppaille jaettiin vierailukoulut, joiden kanssa vierailuista oli jo sovittu valmiiksi. Opinnäytetyöntekijä oli keväällä ennen kesälomien alkua lähettänyt lähialueiden kouluille sähköpositiiviestiä, missä tiedusteltiin koulujen kiinnostusta ottaa maataliooppaita koululle vierailulle pitämään oppituntia ja sen jälkeen vastaamaan lyhyeen palautekyselyyn osana opinnäytetyötä. Kuuden koulun kanssa vierailuista sovittiin syksyn aikana ja päivämäärät, jolloin Mustialan maataliooppaat kouluille menisi, sovittiin yhdessä koulujen ja oppaiden kanssa. Kun koulut oli jo valmiiksi katsottu ja sovittu, oli aikataulutus helpompaa opinnäytetyöntekijälle ja maataliooppaat säästivät koulujen etsimisen vaivalta. Koulut, joissa Mustialan oppaat vierailivat, olivat Hämeenlinnassa ja Forssassa. Myös Someron kouluille meni viestiä keväällä, mutta sieltä ei tullut vastauksia. Opiskelijat jakautuivat pareiksi, jolloin heidän ei tarvinnut mennä vierailuille yksin, vaan kokeiltiin, onko oppaiden helpompi käydä vierailuilla yhdessä.

## 7.1 Tutkimusmenetelmä ja aineiston analysointi

Mustialan opiskelijoille, jotka koulutettiin maataliooppaiksi, lähetettiin sähköisessä muodossa kaksi kyselyä. Ensimmäinen kysely lähetettiin Mustialassa järjestetyn koulutuspäivän päätteeksi sekä toinen kouluvierailun jälkeen. Ensimmäiseen kyselyyn tuli 11 vastausta, vaikka opiskelijoita koulutuksessa oli 12. Epäselväksi jäi, vastasiko kyselyyn yksi pari parina vai jäikö yhden opiskelijan vastaus saamatta. Toiseen kyselyyn vastattiin pareina ja kaikilta pareilta tuli vastaus kyselyyn. Kouluja, joilla opiskelijat kävivät, oli kuusi, kyselyn vastasi kuitenkin vain viisi koulua. Eli vastauksia ei tullut kaikilta kouluilta.

Aineistoa analysoidaan laadullisesti eli kvalitatiivisesti. Tarkoituksena on tarkastella tutkimuskohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä, mutta myös havainnoida tuloksia jonkin verran numeraalisesti, kuten prosentuaalisesti.

## 7.2 Ennakkoasenteet

Mustialan opiskelijoilla ei ollut palautekyselyn mukaan ennakkoasenteita koulutuksesta, lähinnä pelkästään odotuksia päivän annista, vinkkejä ja ideoita miten kouluissa puhuisi. Maataliopastoiminta ja -koulutus oli

opiskelijoille täysin tuntematonta ja vain yksi yhdestätoista palautteeseen vastanneesta oli kuullut toiminnasta ennen. Koulutuspäivän alussa luokassa keskusteltiin ryhmän aikaisemmista kokemuksista maatalaopastointaan liittyen ja useammilla opiskelijoista, jotka olivat maataloilta kotoisin, oli omina kouluaikoina ollut vierailijoita kouluilta vanhempien tiloilla. Tämän kaltaista toimintaa ei ole enää ollut, mutta opiskelijoilla oli halu päästä itse valistamaan nykylapsia maataloudesta. Heidän tietämyksensä ja kokemuksensa perusteella lapsien tietotaso maataloudesta on heikko, jolloin maatalaoppaiden toimintaa kaivattaisiin aktiivisemmin enemmän. Opiskelijoilla oli yhtenäinen halu saada lisättyä arvostusta maaseutua ja kotimaista ruokaa kohtaan. MTK:n maatalaopastointia koettiin hyvänä ”virallisena väylänä”, mikä tekee kouluvierailuilla käymisen helpommaksi, kun toiminnan takana on organisaatio ja toiminnalla oma virallinen nimi.

Kouluista, joilla Mustialan maatalaoppaat kävivät, ei ollut yksikään kuullut MTK:n maatalaopastoinnasta ennen opinnäytetyön yhteydenottoa ja oppitunnin pitoa. Kouluilla ei myöskään ollut ennakkoasenteita. Vierailu ja sen anti koettiin todella myönteisenä kokemuksena ja se yllätti positiivisesti. Vierailu myös ylitti odotuksia sekä vastasi odotuksia. Koululla, missä oppaat pitivät kaksi 45 minuutin opintojaksoa, opettaja oli miettinyt, kuinka oppilaat jaksavat keskittyä. Mutta oppilaat olivat kuitenkin olleet kiinnostuneita ja esittivät kysymyksiä sekä ylläpitivät keskustelua, joten mielenkiinto oli säilynyt aiheeseen loppuun asti.

Kouluvierailun oppilailla ei opettajien tietämyksen mukaan ollut ennakkoasenteita. Yhdessä koulussa oppilaat eivät edes muistaneet vierailua, eikä ennakkoasenteista puhuttu ennen vierailua. Oppilaat kylläkin pitivät vierailusta todella paljon ja oppivat uusia asioita. Opettaja piti oppilaiden kiinnostusta maatilaa kohtaan yllättävänä yhdessä koulussa.

### 7.3 Ajatuksia koulutuspäivästä Mustialassa

Mustialan koulutuspäivän aikana keskustelu oli vilkasta ja paljon hyviä ajatuksia ja näkemyksiä asioista jaettiin ja vaihdettiin. Koulutuspäivän myötä osan opiskelijoista mielipide ei juurikaan muuttunut tai muuttui positiivisemmaksi maatalaopastointia kohtaan. Myös käytössä oleva materiaali ilostutti. Koulutuspäivä vahvisti ajatusta toiminnan tarpeellisuudesta ja halu kouluvierailulle pääsystä kasvoi. Myös kiinnostus tilavierailun järjestämisestä vahvistui. Maatalaopastoinnin kaltaisten tietoiskujen viemisiä kouluhin pidettiin melko harvinaisina. Yksi piti toimintaa organisoituna, mitä piti positiivisena asiana, kun taas toinen toivoi MTK:lta parempaa järjestelmää, intraa tai muuta sellaista oppaille, missä olisi listattuna kouluja, joissa on käyty. Näin vältettäisiin samaan kouluun mahdolliset useat yhteydenotot.

Koulutuspäivästä tuli ruusuja mielenkiintoisesta päivästä, sai paljon ideoita, miten esitellä maataloutta eri ikäisille ihmisille. Koulutus oli selkeä ja hyvä, positiivinen kokemus, sisältö oli mielenkiintoinen, aiheet sopivat ja

päivä eteni sopivaa tahtia. Koulutuspäivän pituus koettiin hyvänä. Ryhmäkokoja pidettiin hyvänä, oli aikaa välikommenteille ja asiallista keskustelua heräsi asian tiimoilta.

Ja risuja asioista, kuten toivottiin, että olisi voitu käydä enemmän esimerkkejä siitä, miten vastata järkevästi vaikeisiin kysymyksiin, kuten aktivistien kysymyksiin. Myös ilmastoasioista olisi kaivattu lisää asiaa ja materiaaleja, aihe on sellainen, että se herättää keskustelua, varsinkin vanhempien oppilaiden ja opettajien kohdalla. Joten tähän aiheeseen ehdottomasti materiaalia. Käytännön esiintymistä olisi voinut harjoitella, vaikka ryhmässä palautteen kera, tätä kaipasi ja oli odottanut selkeästi useampikin osallistujista. Myös enemmän olisi voinut käydä läpi sitä, miten eri luokka-asteille valmistautuisi ja selkeä esimerkki, kuinka kauan esim. jonkin diasarjan selittämiseen menee aikaa, että ehtiikö sekä pitämään esityksen, että tekemään jotain konkreettista lasten kanssa. Mukaan oppaat voisivat ottaa esimerkiksi eri viljalajikkeiden siemeniä, jotta oppilailla olisi jotain ”hypisteltävää”. Opiskelijat myös miettivät, että visaan, jonka oppitunnin päätteeksi voi järjestää, olisi mukava saada jokin palkinto annettavaksi, esimerkiksi magneetti jääkaapin oveen vaikkapa paikallisyhdistyksen kautta. Lisähuomiona tuli, että materiaaleista puuttui vielä tuotantosuohtakohtaiset diaesitykset siipikarjasta, poroista, kaloista ja turkistarhauksesta sekä riistasta saisi myös olla dioissa. Myös ehdotuksena oli, että maatalaoppaiden olisi kiva saada koulutuksesta esimerkiksi diplomi tai muu vastaava todistus, kun on käynyt kyseisen koulutuksen.

Opiskelijat kokivat lähes yksimielisesti, että koulutuksesta on hyötyä kouluille mentäessä. Päivästä sai paljon ideoita mielenkiintoisen esitelmän pitämiseen, erityisesti pienille lapsille kohdistuneesta esittämisestä. Käytettävissä olevaa pohjamateriaalia keuhuttiin ja etenkin kun niihin on merkitty minkä ikäisille ne ovat suunniteltu. Sitä pidettiin myös hyvänä, että on taho jota edustaa ja että heti suoraan pääsee harjoittelemaan jo valmiiksi järjestetyille kouluvierailulle. Ilman koulutuspäivää tuskin tulisi lähdettyä. Enemmän olisi voinut kertoa siitä, miten esitys voisi olla erilainen pidettäessä esimerkiksi 1. luokkalaisille kuin 9. luokkalaisille.

Kysymykseen pitäisikö mielestäsi agrologiopintoihin kuulua tämän tapainen osio / koulutusta kuluttajatyöhön liittyen vastattiin seuraavasti. Kaksi vastasi vapaaehtoisena kyllä ja kuusi ehdottomasti kyllä. Ajatusta ei pidetty huonona, ainakin pitäisi tuoda ilmi, että tällaista toimintaa on olemassa. Koulutusta kuluttajatyöhön kyllä yleisellä tasolla kaivattiin, mutta varsinaisesti koululaisille suunnattuna tämän tyylinen koulutus ei yhden vastaajan mielestä kuulu agrologikoulutukseen. Omana erillisenä pikkukurssina vapaaehtoisesti koulutus voisi olla hyvä, mutta toisaalta, kuluttajatyön merkitys kasvaa koko ajan. Ja sitten taas muutama näki asian niin, että koulutus olisi laajempi kokonaisuus osana jotakin pakollista moduulia, jolloin oppilaita saataisiin enemmän puolustamaan ja korjaamaan vääriä väittämiä maataloudesta, nykyinen haastava tilanne huomioiden. Vain yksi vastaaja

oli sitä mieltä, että ei välttämättä, muuten kaikki olivat jollain tapaa puolesta.

#### 7.4 Kouluvierailu

Kaikki kuusi maatalaopasparia kehuivat kokemusta, heidät oli vastaanotettu kouluilla hyvin ja oppilaat olivat olleet innostuneita ja kiinnostuneita. Hyvä vastaanotto innosti oppaita tunnin ja esityksen pitämisessä. Aika meni nopeasti ja asiaa olisi ollut vielä reilusti pidempäänkin. Yksi pari piti kaksi oppituntia samassa koulussa vierailullaan. Molemmat luokat olivat 8. luokkalaisia, mutta täysin erilaisia. Toinen luokka oli todella rauhallinen ja toinen todella villi. Opettajien vastaanotto oli lämmin ja he tykkäsivät kovasti, että oppaat kävivät kertomassa aiheesta. Opiskelijoiden näkemys vierailun jälkeen oli, että maatalaopastoimintaa voisi ja pitäisi tehdä, kun lapset on vieraantuneet aika paljon maataloudesta, siitä myös käytiin keskusteluja opettajan ja ohjaajan kanssa tunnin jälkeen. Opiskelijat voisivat hyvin ajatella menevänsä joskus toistekin pitämään tuntia lapsille, mutta parin kanssa. Yksin ei saisi välttämättä niin aikaiseksi. Eli pareittain kouluille meneminen koettiin hyvänä tyylinä.

Opettajien näkökulmasta kouluvierailut ja oppitunnit olivat hyviä ja erittäin hyviä. Mustialan maatalaoppaat olivat itsenäisiä, toimeen tarttuvia henkilöitä, jotka osasivat sulautua kouluun ja menivät virran mukana. Löysivät luokkaan, pääsivät koneelle ja olivat ajoissa, vaikka opettajalla oli vaikeuksia ehtiä ennen oppilaita. Ottaisivat toistekin. Vierailun sisältö oli ollut hyvä ja rytmitys onnistunut (kerronta, kuvat ja videot). Näkemys oli, että on melko haastavaa "luennoida" ekaluokkalaistilalle 45 minuuttia, joten oli hyvä, että esittely oli vuorovaikutteinen ja sisälsi paljon kuvia ja videoita. Koululla opettaja oli hyödyntänyt opiskelijoiden läsnäolon kyselemällä, mihin ammattiin he valmistuvat ja mikä on ollut heidän "polkunsaa" alaa kohti. Opettaja halusi tarjota jo pienille oppilaille tietoa erilaisista ammateista. Palautetta tuli myös hyvästä perustiedosta visuaalisesti onnistuneen esityksen avulla, vaikka monet asiat olivatkin maaseudun lapsille entuudestaan tuttuja. Olisi saanut olla jopa vielä vähän pidemmälle selitetty, mitä maatilalla on. Opettajalle heräsi mielikuva, ettei nykytunnet ja -lapset ole tarkoin perillä, mitä maatilalla on. Viisi koulua kuudesta vastasi kysymykseen toivoisitteko koulullanne käyvän tulevaisuudessa myös oppaita pitämässä oppituntia maataloudesta kyllä, vain yksi koulu vastasi ei.

Vierailusta tuli paljon kiitosta sekä kiitosta tuli oikein hyvästä paketista ja esittelijät puhuivat selkeästi. Lasten oli helppo seurata ja esittelyssä oli myös aikaa kysymyksille. Vierailua pidettiin erittäin hyödyllisenä. Kuvia tiloilta ja perustekemisestä kaivattiin lisää. Yhden koulun palautekyselyn vastauksessa sanottiin, että oli ollut ajatus pyytää vierailusta uusia, mutta vierailun sovittaminen luokkien lukujärjestyksiin tuntui erittäin haastavalta, koulun arki ei ole kovin joustavaa.

Koulujen oppilaat pitivät maatalaoppaiden vierailua hyvänä ja positiivisena. Oppilaat tykkäsivät vaihtelusta ja esityksestä, eikä aikataulustakaan vennyttymontaa minuuttia, mikä on teineille tärkeää. Oppilaat myös jaksoivat keskittyä ja kuunnella hienosti. Erityisesti maatalan koneista kertova osuus kiinnosti kovin poikia ja eläinosuus tyttöjä. Vierailu koettiin myönteisenä, vaikka asia pääsääntöisesti olikin yhden koulun palautteen mukaan tuttua, vaikkakin ei kaikki asiat.

## 7.5 Ajatukset koulutuksen päätyttyä

Koulutus ja vierailu koululle olivat mukava ja antoisa kokemus. Maatalaopastointia pidettiin todella hyvänä juttuna. Myös opinnäytetyön aiheetta pidettiin hyvänä ja tarpeellisena. Tietoisuus maataloudesta on vaihtelevaa aikuistenkin keskuudessa, pelkästään oppilaat/lapset eivät ole vieraantuneet maataloudesta, joten kuluttajatyölle on todellinen tarve. Koulutuspäivään osallistuneista kaikki, paitsi yksi eivät olleet koskaan kuulleet maatalaopastoinnista ennen Mustialassa järjestettyä koulutusta. Yleinen mielipide oli, että toimintaa pitäisi tuoda enemmän esille ja mainostaa, niin koulujen kuin viljelijöidenkin keskuudessa.

Harmitusta aiheutti ajanpuute, toimintaa pitäisi tehdä kouluilla arkisin, juuri siihen aikaan, kun on töissä. Myös toiminnan tukeminen esimerkiksi matkakustannusten suhteen mietitytti, kovin laajalle alueelle lähtemiseen ei löydy halukkuutta. Kustannuksia aiheutuu jo omista töistä poisjäämisen takia ja päälle matkakulut, voisiko MTK korvata edes oppaiden matkaku-  
luja?

Kuudesta maatalaopasparista viisi vastasi, että aikoo jatkossakin käydä pitämässä oppitunteja maataloudesta kouluilla ja yksi pari vastasi, että ei aio käydä. Prosentuaalisesti 83% vastanneiden mielipide koulutuksen ja vierailun jälkeen edelleen oli myönteinen ja halukkuutta omatoimiselle toiminnan jatkamiselle löytyi.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Parannusehdotuksia, joita opinnäytetyötä tehdessä heräsi, tuli seuraavantilaisista. Toiminta pitäisi saada huomattavasti paljon enemmän esiin ja näkyvämmäksi. Uusille maatalaoppaille ja Mustialan maatalaoppaita vastaanotaneille lähetettyjen palautekyselyiden mukaan toiminta oli lähes kaikille vastaajille entuudestaan tuntematonta. Myös opinnäytetyöaiheestani ihmisten kanssa keskustellessa kukaan ei ollut koskaan kuullut moisesta toiminnasta. Eli ensimmäinen ja suurin parannus mitä MTK:lle ehdotetaan, on, että toiminta on saatava paremmin näkyviin.

MTK:n internetsivuilla maatalaopastoiminta on monen klikkauksen takana ja se on sieltä vaikeasti löydettävissä. Maatilaoppailla ei edes ole varsinaisesti omaa sivustoa, nykyisellä sivullaan se on lyhyesti mainittuna kuluttajatyön alla. Sivusto on lähinnä sen näköinen, että se on tarkoitettu vain kuluttajatyötä tekeville, sillä sivustolla kerrotaan kuluttajatyöstä ja annetaan tapahtumajärjestäjälle ohjeita, kuinka järjestää onnistunut kuluttajatapahtuma. Eli maatilaoppaita vastaanottavalle taholle sivusto ei ole lainkaan houkuttavan tai kiinnostavan näköinen. Toiminnan markkinointi sivustolla on varsin suppeaa. Kehitysehdotuksena onkin, että MTK luo maatalaopastoiminnalle uudet ja monipuolisemmat verkkosivut, mihin pääsee MTK.fi sivujen etusivulta yhdellä klikkauksella. Maatilaoppaiden etusivulla toiminnasta kerrotaisiin monipuolisemmin ja houkuttelevammin kuvien kera. Etusivulla olisi hyvä olla myös suora linkki, mistä sivustolla vieraileva voisi tehdä heti yhteydenottopyynnön. Välilehdillä voisi olla listattuna MTK:n yhteyshenkilöt maakunnittain, materiaalipankki, kokemuksia maatilaoppaiden vierailuista ja käyttäjätunnuksin sisäänkirjautumista vaativa intra koulutuksen käyneille maatilaoppaille. Intran kautta maatilaoppaat voisivat olla yhteydessä toisiinsa ja jakaa siellä kokemuksiaan, niin hyviä ja huonoja. Intrassa voisi olla myös listaus kouluista, joissa on käyty ja minne on mahdollisesti toivottu myös uusintavierailua. Kaikki eivät ole Facebook-käyttäjiä, joten intra olisi kaikkien koulutuksen käyneiden käytettävissä, ilman liittymistä sosiaaliseen mediaan.

Maatalaopastoiminnan tunnettavuutta pitäisi lisätä MTK:n liittotasolla sekä koulujen ja päiväkotien suunnalla. MTK:n jäsenien olisi hyvä tietää toiminnan olemassaolosta ja sitä voitaisiin lisätä esimerkiksi jonkinlaisella kampanjalla. MTK:n liittoihin voisi lähettää tiedotteen maatalaopastoiminnasta ja toivoa, että liitot kyselisivät omien jäseniensä kiinnostusta koulutuksen järjestämiseen. Liitot voisivat myös informoida alueensa oppilaitoksia ja päiväkoteja toiminnasta, jolloin tietoisuus toiminnasta kasvaisi opetuspuolellakin. Myös esimerkiksi Opetusalan ammattijärjestön OAJ:n kanssa voisi olla yhteydessä, jotta sitä kautta tieto kulkisi opettajien suuntaan. Maataloutta opettavien oppilaitosten kanssa voisi tehdä myös enemmän yhteistyötä, jotta maatilaoppaita koulutettaisiin ja kursseja järjestettäisiin enemmän. Jos halutaan toiminnan kysynnän kasvavan, on myös valmistauduttava tarjonnan lisäämiseen, eli oppaiden määrän kasvattamiseen.

Tietoisuuden myötä kiinnostus toimintaa kohtaan voisi kasvaa ja koulutuksien järjestämisen tarve kasvaisi, jolloin saataisiin lisää maatilaoppaita. Näin saataisiin lisää maatilaoppaita, joiden tarve myös kasvaa tavoitteena olevan kysynnän kasvamisen myötä.

Toiminnan nimi muuttui opinnäytetyön aloituksen jälkeen. Aluksi nimi oli koululähetä ja muutoksen jälkeen se on maatalaopas. MTK:n joissakin materiaaleissa on edelleen vanha nimike käytössä, termi pitäisi vaihtaa kaikkiin materiaaleihin nykyiseksi maatalaoppaaksi ja vanhan nimikkeen käyttö pitäisi sekaannuksen välttämiseksi lopettaa.

Maatilaopaskoulutuspäivään pitäisi kuulua esiintymiskoulutusta ja sitä myös palautekyselyissä toivottiin. Toiminnan pääosassa on esiintyminen ja asia, josta maatilaoppaat kertovat on pääosin kaikille hyvin tuttu aihe. Joten koulutuksessa ei tarvitse käydä opetettavia asioita niinkään läpi, vaan tapa miten asioita esitetään, olisi hyvä opettaa.

Maatilaopastoiminnan tarve on suuri, kouluille kaivataan ihmisiä, jotka oikeasti tietävät kotimaisesta ruoantuotannosta ja osaavat kertoa siitä. Tarve ei rajoitu pelkästään vain oppilaitoksiin, vaan maatilaopastoiminnan tapaiselle kuluttajatyölle on todellinen tarve. Esimerkiksi luonnonsuojeluorganisaatiot tuo julkisuuteen negatiivisia mielikuvia ja tietoja ruoantuotannosta, mitkä perustuvat globaaleihin toimintatapoihin. Näitä väittämiä tulisi korjata ja oikaista. Eläinten oikeuksia ajavat järjestöt tavoittavat aggressiivisella mainonnallaan lukuisia kuluttajia päivittäin. Kuinka moni kuluttaja näkee Mannerheimintien bussipysäkin kylkeen liimatun mainoksen, jolla vastustetaan lihantuotantoa luvatta otetulla kuvalla? Miksi kotimaisen ruoantuotannon puolesta ei mainosteta tehokkaammin? Jokainen ihminen syö joka päivä, sitä ei voi välttää millään keinolla. Kuluttajien tietoon pitäisi vain tuoda, että kaupassa heidän tekemillään valinnoilla on vaikutus asioihin. Kotimainen tuote on aina viljelty, kasvatettu ja jalostettu vastuullisesti ja se on aina turvallinen valinta.

Median vastuuta pitäisi saada jollain keinoin kasvatettua, faktoissa tulisi aina pitäytyä. Medialla on erittäin suuri vaikutusvalta ihmisten mielipiteen muokkauksessa. On väärin, jos ja kun sitä ei käytetä oikein. Uutisoinnin pitäisi olla neutraalia tiedottamista, ei toimittajan oma arvomaailma, poliittinen suuntautuminen tai mielipide saisi näkyä uutisessa, mielipidekirjoitukset ovat asia erikseen. Keskustelu- tai ajankohtaisohjelmissa ei saisi käyttää kokemusasiantuntijoita, vaan asioiden todellisia asiantuntijoita, jotka todella ovat oman alansa ammattilaisia. Medialta, varsinkin valtion omisteiselta Yleisradiolta, Yleltä pitäisi vaatia uskottavampaa ja vastuullisempaa toimittamista, ei valtion rahoitteinen viestintäyhtiö saisi toimia iltapäivälehtien tavoin.

Suomen viljely ja kotieläintuotanto ei ole verrattavissa suoraan muun maailman ruoantuotantoon, vaan pohjoismaiset olosuhteet asettavat maatalousyrittäjille omat haasteensa ja vaatimuksensa, minkä myötä tuotanto Suomessa on uniikkia. Suomalaiset viljelijät tuottavat ruokaa lyhyen kasvukauden maassa, missä sääolosuhteiden suuret muutokset ja tiukka lainsäädäntö ja valvonta tekevät työstä vaativaa. Suomalaisten viljelijöiden tunnollisuuden ja vastuullisuuden vuoksi maassamme tuotettu ruoka on maailman puhtaimpien kärkipäätä. Tämä tieto pitäisi saada selvemmin kuluttajien kuuluviin ja tietoon. Onko tässä asiassa havaittavissa suomalaisten vaatimattomuutta, kun näinkin hienoa asiaa ei kuuluteta kansalle ja koko maailmalle kovalla äänellä, vaikka niin pitäisi tehdä? Kotimaisen ruoan ja sen tuotannon erinomaisuutta pitäisi mainostaa ja brändätä

paremmin. Kotimainen viljelijä ansaitsee arvostuksen ja sen eteen on alettava tekemään enemmän töitä, jotta he sen saisivat.



## LÄHTEET

Alasuutari, S. (2019). Opparijuttua. Sähköpostiviesti tekijälle 21.11.2019

Anttila, A-H., Anttonen, A., Hannikainen, M., Huokuna, T., Kaarninen, M., Kaarninen, P., Kuisma, M., Lehtonen, M., Mauranten, T., Olkkonen, T., Ruoho, I., Saarikangas, K., Sipilä, J., Snellman, H. (2010). *Suomalaisen arjen suuri tarina*. Porvoo. WS Bookwell Oy.

Gjerstad, E. (2015). Näin vaikutat: Vaikuttamisen psykologia arjessa ja työssä. Juva. Bookwell Oy.

HAMK. (2018). Opinnäytetyöopas. Haettu 1.12.2019 osoitteesta <https://www.hamk.fi/opiskelijan-ohjeet/opinnaytetyo/>

Luke. (2020). Kotieläinten lukumäärä. Haettu 20.3.2020 osoitteesta <https://stat.luke.fi/kotielainten-lukumaara>

Luke. (2020). Maatalous- ja puutarhayritysten rakenne. Haettu 26.3.2020 osoitteesta <https://stat.luke.fi/maatalous-ja-puutarhayritysten-rakenne>

Luke. (2016). Ruoka- ja luonnonvaratilastojen e-vuosikirja. s. 7. Haettu 2.12.2019 osoitteesta <http://jukuri.luke.fi/handle/10024/537670>

Meinander, H. (2014) *Suomen historia – Linjat, rakenteet, käännekohtat*. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy.

MTK. (n.d.). MTK. Haettu 2.2.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/mtk>

MTK. (n.d.). MTK-edunvalvonta. Haettu 2.2.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/edunvalvonta>

MTK. (n.d.). MTK-historia. Haettu 1.4.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/-/mtk-historia>

MTK. (n.d.). MTK-koulutus. Haettu 1.4.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/koulutus>

MTK. (n.d.). MTK-kuluttajatyö. Haettu 2.2.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/kuluttajatyo>

MTK. (n.d.). MTK-maatalaoppaat. Haettu 1.11.2019 osoitteesta <https://www.mtk.fi/maatalaoppaat?fbclid=IwAR1U3AWzALmHa5AEX-siS1fJrHFu3wJnFAwplI2eXFAasP3w0vNkAaknK-C8>

MTK. (n.d.). MTK:n toiminta-ajatus. Haettu 2.2.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/toiminta-ajatus>

MTK. (n.d.). MTK-ryhmä. Haettu 2.2.2020 osoitteesta <https://www.mtk.fi/organisaatio>

Nieminen, M. (2009). *Esiinny eduksesi – Convince your audience*. Juva. WS Bookwell Oy.

Pitkänen, S. & Sutinen, V.-J. (2018). *Propagandan historia – Kuinka meihin on vaikutettu antiikista infosotaan*. Helsinki. Into Kustannus Oy.

Pörsti, J. (2017). *Propagandan lumo – Sata vuotta mielten hallintaa*. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Teos.

Rope, T. (2005). *Markkinoinnilla menestykseen. Hehkeys- ja ilahduttamis-markkinointi*. Hämeenlinna. Karisto Oy.

Saarinen, U.-M. (2011). Suomessa väki keskittyy taajamiin. *Tilastokeskus*. Haettu 3.12.2019 osoitteesta [https://www.stat.fi/tup/vl2010/art\\_2011-12-16\\_001.html](https://www.stat.fi/tup/vl2010/art_2011-12-16_001.html)

Suomen virallinen tilasto. (1920). *Maatalous - Maanviljelys ja karjanhoito Suomessa vuonna 1918*. s. 34 Haettu 23.3.2020 osoitteesta <https://www.doria.fi/handle/10024/104613>

Tilastokeskus. (1979). Väestön elinkeino: Väestö elinkeinon mukaan kunnittain vuosina 1880–1975, s. 331. Haettu 2.12.2019 osoitteesta <https://www.doria.fi/handle/10024/91484>

Tilastokeskus. (2018). Väestön rakenne - 11s6 -- Taajama-aste alueittain, 2018. Haettu 2.12.2019 osoitteesta [http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_vrm\\_vaerak/statfin\\_vaerak\\_pxt\\_11s6.px/table/tableViewLayout1/](http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_vrm_vaerak/statfin_vaerak_pxt_11s6.px/table/tableViewLayout1/)

Tilastokeskus. (2019). Kuntien avainluvut. Taajama-aste 1987-2019. Haettu 2.12.2019 osoitteesta [https://verti-net2.stat.fi/verti/graph/viewpage.aspx?ifile=quicktables/kuntien\\_avainluvut\\_2020/avainluku\\_M408&isext=true&lang=3&x=800&y=800&rind=1](https://verti-net2.stat.fi/verti/graph/viewpage.aspx?ifile=quicktables/kuntien_avainluvut_2020/avainluku_M408&isext=true&lang=3&x=800&y=800&rind=1)

Tilastokeskus. (2019). Taajama. Haettu 2.12.2019 osoitteesta <https://www.stat.fi/meta/kas/taajama.html#tab1>

Tilastokeskus. (2019). Taajama-aste. Haettu 2.12.2019 osoitteesta [https://www.stat.fi/meta/kas/taajama\\_aste.html](https://www.stat.fi/meta/kas/taajama_aste.html)

Tilastokeskus. (2019). Maa-, metsä- ja kalatalous. Haettu 3.12.2019 osoitteesta [http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_maatalous.html](http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_maatalous.html)

Vartiainen, P. & Vesikansa, J. (1999). *Puoli vuosisataa: MMM Juhlakirja*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

## KYSELY MTK:N MAATILAOPASKOULUTUKSEN KÄYNEILLE MAATILAOPPAILLE

Kysely MTK:n maatalousopastuksen käyneille maatalooppaille

Kyselyn tarkoituksena on kerätä palautetta MTK:n kouluttamien maatalooppaiden kokemuksista maatalousopastamisesta.

Kysely toimii osana Hämeen ammattikorkeakoulun opiskelijan Salla Niemen opinnäyte-työtä MTK:n maatalousopastamisesta Mustialassa, jolla pyritään kehittämään maatalousopastamista.

Vastaukset käsitellään anonyymisti.

Kiitos osallistumisestanne!

1.Minä vuonna osallistuit MTK:n maatalousopastukseen?

2015

2016

2017

2018

2019

2.Minkä MTK-liiton alueella osallistuit opastukseen?

MTK Etelä-Pohjanmaa

MTK Etelä-Savo

MTK Häme

MTK Kaakkois-Suomi

MTK Keski-Pohjanmaa

MTK Keski-Suomi

MTK Lappi

MTK Pirkanmaa

MTK Pohjois-Karjala

MTK Pohjois-Savo

MTK Pohjois-Suomi

MTK Satakunta

MTK Uusimaa

MTK Varsinais-Suomi

3.Oletko

maatalousyrittäjä

maatalousalan opiskelija

4.Harjoitatko maatalousopastamista

pitämällä oppitunteja kouluilla

vastaanottamalla ryhmiä tilalle

en ole harjoittanut maatalousopastamista

5.Kuinka aktiivista maatalousopastamistasi on ollut? Vierailujen lukumäärä yhteensä

0

1

2

3

6.Miten olet päässyt kouluun kertomaan maataloudesta?

Toive tuli koululta

Ehdotin vierailua koululle

Paikallisen MTK-liiton kautta

7.Miten maataloopaskoulutus ja käytettävissä oleva materiaali on auttanut sinua toiminnassa?

8.Kuinka koulut ovat vastaanottaneet sinut?

9.Minkälainen tietotaso maataloudesta on kouluilla ollut?

10.Omat kokemukset vierailuista?

11.Koetko tarvetta ns. jatkokoulutukselle tai kokoontumiselle, jossa vaihdettaisiin kokemuksia kouluissa käynneistä tai tilavierailuista, vai riittääkö facebook-ryhmä?

12.Pitäisikö mielestäsi MTK:n kuluttajatyötä lisätä?

Kyllä

Ei

13.Jos vastasit edelliseen kyllä, miten ja kenen?

14.Parannusehdotukset/kehittämiskohteet maataloopastointaan?

15.Vapaa sana